Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Институт экономики, математики и информационных технологий
(наименование структурного подразделения (института/факультета/филиала)

Политико-правовых дисциплин и социальных коммуникаций
(наименование кафедры)

УТВЕРЖДЕНА
решением Ученого Совета
Института ЭМИТ РАНХиГС
Протокол от «09» сентября 2020 г.
№ 1-20/21

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.03 ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (АНГЛИЙСКИЙ)

(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

направление подготовки

38.03.01 Экономика

(код, наименование направления подготовки (специальности)

«Национальная экономика и государственное регулирование»

(направленность(и) (профиль (и)/специализация(ии)

бакалавр

(квалификация)

очная

(форма(ы) обучения)

Год набора – 2020 г.

Москва, 2020

Автор(ы)–составитель(и):

Преподаватель кафедры политико-правовых дисциплин и социальных коммуникаций Бериша Н.С.

(ученая степень и(или) ученое звание, должность) *(наименование кафедры)*

Преподаватель кафедры политико-правовых дисциплин и социальных коммуникаций Аль-Кайси А.Н.

(ученая степень и(или) ученое звание, должность) *(наименование кафедры)*

Заведующий кафедрой

Национальной экономики **Д.э.н. Казарян М.А.**

(наименование кафедры) *(ученая степень и(или) ученое звание)*

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы…… 4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы……... 8
3. Объем, содержание и структура дисциплины…….…….. 9
4. Материалы текущего и промежуточного контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.…… 15
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины…… 35
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине……...… 37
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы …….. 39

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

1.1. Дисциплина Б1.Б.03 «Иностранный язык (английский)» обеспечивает овладение следующей компетенцией с учетом этапов формирования:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК ОС-4	**Способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном(ых) и иностранном(ых) языке(ах)**	УК ОС-4.1 Этап 1	***Уровень Beginner.*** Осуществление межличностной коммуникации в деловой сфере (face-to-face)
		УК ОС-4.2 Этап 2	***Уровень Elementary.*** Осуществление межличностной и дистанционной коммуникации (ведение деловой переписки, телефонных разговоров и видео-встреч)
		УК ОС-4.3 Этап 3	***Уровень Pre-Intermediate.*** Прочтение и анализ научных и деловых текстов
		УК ОС-4.4 Этап 4	***Уровень Pre-Intermediate.*** Проведение деловых переговоров, собраний и участие в коллективных деловых встречах (face-to-face или online)
		УК ОС-4.5 Этап 5	***Уровень Intermediate.*** Создание презентаций и публичное выступление на экономических научных конференциях
		УК ОС-4.6 Этап 6	***Уровень Intermediate.*** Создание авторских научных текстов по экономической тематике (эссе, доклады, отчеты)
УК ОС-5	**Способность проявлять толерантность в условиях межкультурного разнообразия общества**	УК ОС-5.1 Этап 1	***Уровень Beginner.*** Осуществление толерантной межличностной коммуникации в деловом интернациональном коллективе (face-to-face)
		УК ОС-5.2 Этап 2	***Уровень Elementary.*** Владение офисным этикетом интернационального личного и дистанционного общения
		УК ОС-5.3 Этап 3	***Уровень Pre-Intermediate.*** Владение темами и этикетом общения деловых неформальных интернациональных встреч (банкетов, корпоративных мероприятий и пр.)
		УК ОС-5.4 Этап 4	***Уровень Pre-Intermediate.*** Осуществление толерантной коммуникации в интернациональной деловой переписке, телефонных разговорах и видео-встречах

		УК ОС-5.5 Этап 5	***Уровень Intermediate.*** Владение этикетом проведения деловых интернациональных переговоров, собраний и участия в коллективных деловых встречах (face-to-face или online)
		УК ОС-5.6 Этап 6	***Уровень Intermediate.*** Владение этикетом публичных выступлений на интернациональных научных конференциях

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы следующие знания, умения и навыки:

Код этапа освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК ОС-4: Способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном(ых) и иностранном(ых) языке(ах)	
УК ОС-4.1 Этап 1	***Знания:*** – знание основных грамматических структур уровня ***Beginner*** (согласно международной классификации уровней), характерных для устной и письменной деловой коммуникации; – знание основных лексических единиц уровня ***Beginner***, характерных для устной и письменной деловой коммуникации; – правил и основных составляющих устного делового этикета ***Умения:*** – составление грамматически верных предложений уровня ***Beginner*** (согласно международной классификации уровней); – использование наиболее употребительных в устной деловой речи лексических единиц, входящих в уровень ***Beginner***; – выбор необходимых этикетных форм и поведения в соответствии с устной ситуацией делового общения. ***Навыки:*** – навыки чтения, письма, аудирования и артикуляции на иностранном языке уровня ***Beginner*** (согласно международной классификации уровней); – навык устного монологического высказывания уровня ***Beginner***; – навык адекватного восприятия звучащей иностранной речи (общее понимание, отличие главного от второстепенного, поиск необходимой информации) уровня ***Beginner***; – навык диалогического высказывания уровня ***Beginner***.
УК ОС-4.2 Этап 2	***Знания:*** – знание основных грамматических структур уровня ***Elementary*** (согласно международной классификации уровней), характерных для устной и письменной деловой коммуникации; – знание основных лексических единиц уровня ***Elementary***, характерных для устной и письменной деловой коммуникации; – правил и основных составляющих устного и письменного делового этикета. ***Умения:*** – составление грамматически верных предложений уровня ***Elementary*** (согласно международной классификации уровней); – использование наиболее употребительных в деловом стиле общения (как устном, так и письменном) лексических единиц, входящих в уровень ***Elementary***; – выбор необходимых этикетных форм и поведения в соответствии с ситуацией устного и письменного делового общения. ***Навыки:*** – навыки чтения, письма, аудирования и артикуляции на иностранном языке уровня ***Elementary*** (согласно международной классификации уровней); – навык устного монологического высказывания уровня ***Elementary***; – навык адекватного восприятия звучащей иностранной речи (общее понимание, отличие главного от второстепенного, поиск необходимой информации) уровня ***Elementary***; – навык диалогического высказывания уровня ***Elementary***.

УК ОС-4.3 Этап 3	***Знания:*** – знание основных грамматических структур уровня ***Pre-Intermediate*** (согласно международной классификации уровней), характерных для научных и деловых текстов; – знание основных лексических единиц уровня ***Pre-Intermediate***, характерных для научных и деловых текстов; ***Умения:*** – анализа научных и деловых текстов уровня ***Pre-Intermediate*** (согласно международной классификации уровней) на предмет выделения основной идеи, ключевых терминов, авторской позиции; – выражения собственного мнения относительно авторской позиции, выраженной в научном и деловом тексте; – конспектирование и пересказ научных и деловых текстов уровня ***Pre-Intermediate*** ***Навыки:*** – навыки чтения, письма, аудирования и артикуляции на иностранном языке уровня ***Pre-Intermediate*** (согласно международной классификации уровней); – навык устного монологического высказывания уровня ***Pre-Intermediate***; – навык адекватного восприятия звучащей иностранной речи (общее понимание, отличие главного от второстепенного, поиск необходимой информации) уровня ***Pre-Intermediate***; – навык диалогического высказывания уровня ***Pre-Intermediate***.
УК ОС-4.4 Этап 4	***Знания:*** – знание основных грамматических структур уровня ***Pre-Intermediate*** (согласно международной классификации уровней), характерных для деловых переговоров (face-to-face и online); – знание основных лексических единиц уровня ***Pre-Intermediate***, характерных для деловых переговоров (face-to-face и online); – правил и основных составляющих этикета деловых переговоров (face-to-face и online) ***Умения:*** – составление грамматически верных предложений уровня ***Pre-Intermediate*** (согласно международной классификации уровней); – использование наиболее употребительных в деловых переговорах (face-to-face и online) лексических единиц, входящих в уровень ***Pre-Intermediate***; – выбор необходимых этикетных форм в соответствии с интенцией высказываний в деловых переговорах (face-to-face и online). – проведение и организация переговоров (face-to-face и online) и встреч (в том числе видео-) ***Навыки:*** – навыки чтения, письма, аудирования и артикуляции на иностранном языке уровня ***Pre-Intermediate*** (согласно международной классификации уровней); – навык устного монологического высказывания уровня ***Pre-Intermediate***; – навык адекватного восприятия звучащей иностранной речи (общее понимание, отличие главного от второстепенного, поиск необходимой информации) уровня ***Pre-Intermediate***; – навык диалогического высказывания уровня ***Pre-Intermediate***.

УК ОС-4.5 Этап 5	***Знания:*** – знание основных грамматических структур уровня ***Intermediate*** (согласно международной классификации уровней), характерных для публичных выступлений и презентаций; – знание основных лексических единиц уровня ***Intermediate***, характерных для публичных выступлений и презентаций; – правил и основных составляющих этикета публичных выступлений и презентаций ***Умения:*** – составление грамматически верных предложений уровня ***Intermediate*** (согласно международной классификации уровней); – использование наиболее употребительных в публичных выступлениях и презентациях лексических единиц, входящих в уровень ***Intermediate***; – выбор необходимых этикетных форм для публичных выступлений и презентаций. – адекватного (с пониманием общего смысла) ответа на вопросы аудитории в ходе публичных выступлений и презентаций. ***Навыки:*** – навыки чтения, письма, аудирования и артикуляции на иностранном языке уровня ***Intermediate*** (согласно международной классификации уровней); – навык устного монологического высказывания уровня ***Intermediate***; – навык адекватного восприятия звучащей иностранной речи (общее понимание, отличие главного от второстепенного, поиск необходимой информации) уровня ***Intermediate***; – навык диалогического высказывания уровня ***Intermediate***.
УК ОС-4.6 Этап 6	***Знания:*** – знание основных грамматических структур уровня ***Intermediate*** (согласно международной классификации уровней), характерных для научных и деловых текстов; – знание основных лексических единиц уровня ***Intermediate***, характерных для научных и деловых текстов; – правил и основных составляющих составления авторских научных и деловых текстов***;*** ***Умения:*** – составление грамматически верных предложений уровня ***Intermediate*** (согласно международной классификации уровней) в научных и деловых текстах; – использование наиболее употребительных в научных и деловых текстах лексических единиц, входящих в уровень ***Intermediate***; – выбор необходимых этикетных форм для научных и деловых текстов. – адекватное (логичное, ясное, в соответствии с заданной темой) выражение собственной позиции в виде научного или делового текста (эссе, доклад, отчет и пр.). ***Навыки:*** – навыки чтения, письма, аудирования и артикуляции на иностранном языке уровня ***Intermediate*** (согласно международной классификации уровней); – навык устного монологического высказывания уровня ***Intermediate***; – навык адекватного восприятия звучащей иностранной речи (общее понимание, отличие главного от второстепенного, поиск необходимой информации) уровня ***Intermediate***; – навык диалогического высказывания уровня ***Intermediate***; – навык письменного высказывания уровня ***Intermediate.***

УК ОС-5: Способность проявлять толерантность в условиях межкультурного разнообразия общества	
УК ОС-5.1-5.6 Этапы 1-6	***Знания:*** – правил и основных составляющих устного и письменного делового этикета в интернациональном обществе; – знание культурных и религиозных особенностей поведения представителей различных национальностей и конфессий. ***Умения:*** – выбор необходимых этикетных форм в соответствии с устной и письменной ситуацией делового общения в интернациональном коллективе; – толерантное вербальное и невербальное поведение в многонациональном обществе. ***Навыки:*** – навык устного монологического высказывания уровня ***Beginner-Intermediate***; – навык адекватного восприятия звучащей иностранной речи (общее понимание, отличие главного от второстепенного, поиск необходимой информации) уровня ***Beginner-Intermediate***; – навык диалогического высказывания уровня ***Beginner-Intermediat***.

2. ОБЪЕМ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Объем дисциплины

Дисциплина Б1.В.03 «Иностранный язык» составляет 20 зачетных единиц, т.е. 720 академических часов.

На контактную работу с преподавателем по очной форме выделено 260 часов, — практические занятия, на самостоятельную работу обучающихся выделено 376 часов для очной ф/о.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Изучение дисциплины проходит с первого по шестой учебный семестры, а именно с первого по третий курсы для студентов очной формы обучения.

Методологически «Иностранный язык» опирается на необходимый объем теоретических знаний, а также на умения и навыки, приобретенные ранее в школьном курсе иностранного языка.

Формы промежуточной аттестации следующие:
зачет с оценкой (1 семестр),
экзамен (2 семестр),
зачет (3-5 семестр),
экзамен (6 семестр).

3. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины (модуля), ак. час.						Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ ЭО, ДОТ*	ПЗ/ ЭО, ДОТ*	КСР		
Тема 1	Представление себя	28			10		18	опрос
Тема 2	Работа и отдых	30			10	2	18	тест
Тема 3	Проблемы бизнес-среды	34			10	4	20	к/р
Тема 4	Командировки	28			10		18	опрос
Тема 5	Еда и развлечения	30			10	2	18	тест
Тема 6	Покупка и продажа	36			10	6	20	эссе
Промежуточная аттестация		4			4			зачет
Итого по дисциплине за 1 семестр		**190**			**64**	**14**	**112**	
Тема 7	Люди делового мира	28			10		18	опрос
Тема 8	Бизнес и реклама	30			10	2	18	тест
Тема 9	Работа компании	34			10	4	20	к/р
Тема 10	Деловая коммуникация	28			10		18	опрос
Тема 11	Бизнес и культуры мира	36			10	6	20	эссе
Тема 12	Бизнес и должности	30			10	2	18	тест
Промежуточная аттестация		4			4			экзамен
Итого по дисциплине за 2 семестр		**190**			**64**	**14**	**112**	
Тема 13	Твоя карьера	10			4		6	опрос
Тема 14	Описание компаний	13			4	3	6	тест
Тема 15	Сфера продаж	14			4	4	6	к/р
Тема 16	Предложение идей в бизнесе	10			4		6	опрос
Тема 17	Стресс и работа	18			6	4	8	диспут
Тема 18	Корпоративные развлечения	15			6	3	6	тест
Промежуточная аттестация		4			4			зачет
Итого по дисциплине за 3 семестр		**84**			**32**	**14**	**38**	
Тема 19	Открытие нового бизнеса	10			4		6	опрос
Тема 20	Маркетинг	13			4	3	6	тест
Тема 21	Бизнес и планирование	14			4	4	6	эссе

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины (модуля), ак. час.						Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ ЭО, ДОТ*	ПЗ/ ЭО, ДОТ*	КСР		
Тема 22	Управление персоналом	14			4	4	6	к/р
Тема 23	Бизнес и конфликты	14			6		8	опрос
Тема 24	Бизнес-продукты	15			6	3	6	тест
Промежуточная аттестация		4			4			зачет
Итого по дисциплине за 4 семестр		**84**			**32**	**14**	**38**	
Тема 25	Бренды	10			4		6	опрос
Тема 26	Путешествия	13			4	3	6	тест
Тема 27	Инновации и изменения	10			4		6	опрос
Тема 28	Организации	14			4	4	6	диспут
Тема 29	Рекламирование продуктов и услуг	17			6	3	8	тест
Тема 30	Бизнес и деньги	16			6	4	6	к/р
Промежуточная аттестация		4			4			зачет
Итого по дисциплине за 5 семестр		**84**			**32**	**14**	**38**	
Тема 31	Особенности межнационального общения	10			4		6	опрос
Тема 32	Человеческие ресурсы (кадры)	13			4	3	6	тест
Тема 33	Интернациональный рынок	16			4	4	8	эссе
Тема 34	Корпоративная этика	14			4	4	6	диспут
Тема 35	Лидеры и лидерство	14			4	4	6	к/р
Тема 36	Конкуренция	13			4	3	6	тест
Консультация		2			2			
Промежуточная аттестация		6			6			экзамен
Итого по дисциплине за 6 семестр		**88**			**32**	**18**	**38**	
Всего:		**720**			**256**	**88**	**376**	

Содержание дисциплины

Тема 1. Представление себя. Лексика и грамматические конструкции, описывающие национальности, профессии, род деятельности. Составление визитной карточки. Речевые шаблоны для представления себя и других (коллег) в ходе официальных встреч. **Грамматика:** глагол *to be*, артикли *a/an* и *wh- questions*.

Тема 2. Работа и отдых. Лексика и грамматические конструкции, описывающие работу и виды отдыха. Образ жизни и соблюдение баланса между работой и отдыхом. Речевые шаблоны для ведения диалогов о рабочем дне и планировании отдыха. **Грамматика:** использование *Present Simple* (утвердительные предложения), использование наречий и выражений частотности (повторяемости) действий.

Тема 3. Проблемы бизнес-среды. Лексика и грамматические конструкции, описывающие проблемные ситуации офисной жизни и бизнеса в целом. Речевые шаблоны для ведения дискуссий, направленных на решение проблем. **Грамматика:** использование *Present Simple* (отрицательные предложения и вопросы), использование глагола *have/has*.

Тема 4. Командировки. Лексика и грамматические конструкции, описывающие детали бизнес-поездок и путешествий. Речевые шаблоны для заказа, бронирования и оплаты деловых поездок. **Грамматика:** использование глагола *can/can't*, использование конструкций *there is/ there are*.

Тема 5. Бизнес и еда (eating out). Лексика и грамматические конструкции для обсуждения кухни различных стран. Речевые шаблоны, используемые в ходе бизнес-завтраков/-ланчей/-ужинов. **Грамматика:** исчисляемые и неисчисляемые существительные, использование наречий *some/ any*.

Тема 6. Покупка и продажа. Лексика и грамматические конструкции для описания и совершения покупок различных продуктов или услуг, выбора продуктов и услуг. Речевые шаблоны, используемые в разговорах при покупке и продаже продуктов и услуг. **Грамматика:** использование *Past Simple* (утвердительные предложения) и выражений времени.

Тема 7. Люди делового мира. Лексика и грамматические конструкции для описания людей, их рода деятельности, предпочтений. Речевые шаблоны, используемые в качестве советов, ответов на заявления о проблемах с людьми различных профессий. **Грамматика:** использование *Past Simple* (отрицательные и вопросительные предложения).

Тема 8. Бизнес и реклама. Лексика и грамматические конструкции для описания рекламы и рынка. Речевые шаблоны для участия в дискуссиях на тему рекламы продуктов и услуг. **Грамматика:** использование сравнительной и превосходной степеней прилагательных и наречий, использование *much/a lot/ a little/a bit.*

Тема 9. Работа компании. Лексика и грамматические конструкции, описывающие виды компаний, их области деятельности. Речевые шаблоны для описания и презентации своей компании. **Грамматика:** использование *Present Continuous*, сравнение *Present Simple* и *Present Continuous.*

Тема 10. Деловая коммуникация. Лексика и грамматические конструкции для построения интернационального делового общения. Речевые шаблоны для назначения встреч. **Грамматика:** использование *Present Continuous* для описания планов, *Future Simple* для прогнозов на будущее.

Тема 11. Бизнес и культуры мира. Лексика и грамматические конструкции, описывающие культурные различия разных стран и культуры компаний. Речевые шаблоны для выявления культурных проблем, достижения согласия при распространенных культурных конфликтах (ошибках). **Грамматика:** использование *should/shouldn't, could/would*.

Тема 12. Бизнес и должности. Лексика и грамматические конструкции, описывающие различные должности, навыки и способности, требуемые работодателями. Речевые шаблоны для проведения и прохождения интервью. **Грамматика:** использование *Present Perfect*, сравнение *Past Simple* и *Present Perfect*.

Тема 13. Твоя карьера. Лексика и грамматические конструкции, описывающие карьеру, карьерные планы и перспективы. Речевые шаблоны для составления резюме, а также выбора кандидатов на должность. **Грамматика:** модальные глаголы для описания физических возможностей, выражения просьб и предложений.

Тема 14. Описание компаний. Лексика и грамматические конструкции для описания компаний и организаций. Речевые шаблоны, используемые в разговорах и письмах о компаниях, публичных презентациях о деятельности компаний. **Грамматика:** использование *Present Simple* и *Present Continuous*.

Тема 15. Сфера продаж. Лексика и грамматические конструкции для описания шопинг-привычек. Речевые шаблоны для осуществления покупок, торга, достижения партнерских соглашений об условиях. **Грамматика:** модальные глаголы *must, need to, have to, should*.

Тема 16. Предложение идей в бизнесе. Лексика и грамматические конструкции для обсуждения идей. Речевые шаблоны, используемые в процессе встреч (в том числе видео-), переговоров для описания собственных идей развития бизнеса. **Грамматика:** глагольные словосочетания, использование *Past Simple* и *Past Continuous*.

Тема 17. Стресс и работа. Лексика и грамматические конструкции для описания стрессовых ситуаций. Речевые шаблоны, используемые для участия в диспутах, спорах делового характера. **Грамматика:** использование *Past Simple* и *Present Perfect*.

Тема 18. Корпоративные развлечения. Лексика и грамматические конструкции для описания корпоративных мероприятий. Речевые шаблоны, используемые на корпоративных ланчах, обедах, ужинах *(small talk),* а также на конференциях. **Грамматика:** использование *multiword verbs* (сложных глаголов).

Тема 19. Открытие нового бизнеса. Лексика и грамматические конструкции для обсуждения новых предприятий и проектов. Речевые шаблоны для обсуждения прибыли, доходов, определения места застройки, инвестиций, спонсорства и пр. **Грамматика:** использование *time clauses* (придаточных предложений времени).

Тема 20. Маркетинг. Лексика и грамматические конструкции для обсуждения рынка и сферы маркетинга. Речевые шаблоны для обсуждения маркетинговых

стратегий, партнерства, улучшения продаж и пр. **Грамматика:** лексическая сочетаемость слов и построение вопросов.

Тема 21. Бизнес и планирование. Лексика и грамматические конструкции для обсуждения бизнес-планов. Речевые шаблоны для использования в ходе встреч (уточнения, дополнения, объяснение плана). **Грамматика:** выражение будущих планов (*Present Continuous* или *Future Simple*).

Тема 22. Управление персоналом. Лексика и грамматические конструкции для описания качеств хорошего менеджера. Речевые шаблоны для описания и обсуждения психологических типов персонала, различных обязанностей и способов управления. **Грамматика:** словообразование и использование косвенной речи.

Тема 23. Бизнес и конфликты. Лексика и грамматические конструкции для обсуждения конфликтов интересов в бизнесе. Речевые шаблоны, используемые в ходе переговоров и решения конфликтов. **Грамматика:** использование условных наклонений (*conditionals)*.

Тема 24. Бизнес-продукты. Лексика и грамматические конструкции изготавливаемой или продаваемой продукции и услуг. Речевые шаблоны, используемые в ходе презентации продуктов, описания достоинств и преимуществ при использовании выбранного продукта и т.п. **Грамматика:** пассивный залог.

Тема 25. Бренды. Лексика и грамматические конструкции при описании брендов. Речевые шаблоны, используемые в процессе деловых встреч (в том числе видео), а также для презентации стратегий развития бренда. **Грамматика:** глагольные словосочетания, использование *Present Simple* и *Present Continuous*.

Тема 26. Путешествия. Лексика и грамматические конструкции для обсуждения туристического опыта и путешествий. Речевые шаблоны, используемые в разговоре с туристическими операторами, при назначении будущих встреч, бронировании (онлайн, по почте и по телефону). **Грамматика:** способы выражения будущего времени.

Тема 27. Инновации и изменения. Лексика и грамматические конструкции, используемые при обсуждении необходимости инноваций и изменений. Речевые шаблоны для описания инновационных технологий, стратегий развития бизнеса. **Грамматика:** использование *Past Simple* and *Present Perfect*.

Тема 28. Организации. Лексика и грамматические конструкции, используемые при обсуждении организаций и статуса внутри организации. Речевые шаблоны для описания структуры компании, связей различных отделов организаций. **Грамматика:** словосочетания с именами существительными.

Тема 29. Рекламирование продуктов и услуг. Лексика и грамматические конструкции, используемые при обсуждении аутентичной рекламы. Речевые шаблоны в ходе рекламной презентации продуктов. **Грамматика:** употребление артиклей.

Тема 30. Бизнес и деньги. Лексика и грамматические конструкции при обсуждении денежных проблем и отношения к деньгам в целом. Речевые шаблоны, используемые в разговорах о финансах. **Грамматика:** предлоги и временные формы глаголов.

Тема 31. Особенности межнационального общения. Обсуждении важной роли осведомленности о культурных особенностях народов для ведения бизнеса.

Фразеологизмы о деловых отношениях. Речевые шаблоны, используемые при описании необходимости, обязательств, выражении рекомендаций. **Грамматика:** глаголы *should/shouldn't, must/mustn't, have to/don't have to*.

Тема 32. Человеческие ресурсы (кадры). Лексика и грамматические конструкции, описывающие человеческие рабочие качества и навыки. Речевые шаблоны для прохождения собеседований и составления полного резюме. **Грамматика:** употребление *-ing* форм глаголов и инфинитивов.

Тема 33. Интернациональный рынок. Лексика и грамматические конструкции для описания развития интернационального рынка. Речевые шаблоны для описания проблем торговых отношений между Китаем, США, Россией и другими мировыми лидерами рынка. **Грамматика:** использование условных наклонений.

Тема 34. Корпоративная этика. Лексика и грамматические конструкции для обсуждения вопросов рабочей этики. Речевые шаблоны для описания незаконного или неэтичного поведения на работе. **Грамматика:** повествовательные времена (*narrative tenses*).

Тема 35. Лидеры и лидерство. Лексика и грамматические конструкции, описывающие качества хорошего лидера. Речевые шаблоны для описания различных качеств личности. **Грамматика:** использование придаточных предложений *(relative clauses)* с союзами *which, who, that.*

Тема 36. Конкуренция. Лексика и грамматические конструкции, описывающие способы достижения конкурентного преимущества. Речевые шаблоны и фразеологизмы, используемые при описании соревнований в спорте. **Грамматика:** пассивные конструкции.

4. МАТЕРИАЛЫ ТЕКУЩЕГО И ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ И ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины *Б1.Б.03 «Иностранный язык (английский)»* **используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся по каждой из учебных тем:**

Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1. Представление себя	опрос
Тема 2. Работа и отдых	тест
Тема 3. Проблемы бизнес-среды	контрольная работа
Тема 4. Командировки	опрос
Тема 5. Еда и развлечения	тест
Тема 6. Покупка и продажа	эссе
Тема 7. Люди делового мира	опрос
Тема 8. Бизнес и реклама	тест

Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости
Тема 9. Работа компании	контрольная работа
Тема 10. Деловая коммуникация	опрос
Тема 11. Бизнес и культуры мира	эссе
Тема 12. Бизнес и должности	тест
Тема 13. Твоя карьера	опрос
Тема 14. Описание компаний	тест
Тема 15. Сфера продаж	контрольная работа
Тема 16. Предложение идей в бизнесе	опрос
Тема 17. Стресс и работа	диспут
Тема 18. Корпоративные развлечения	тест
Тема 19. Открытие нового бизнеса	опрос
Тема 20. Маркетинг	тест
Тема 21. Бизнес и планирование	эссе
Тема 22. Управление персоналом	контрольная работа
Тема 23. Бизнес и конфликты	тест
Тема 24. Бизнес-продукты	опрос
Тема 25. Бренды	опрос
Тема 26. Путешествия	тест
Тема 27. Инновации и изменения	диспут
Тема 28. Организации	опрос
Тема 29. Рекламирование продуктов и услуг	тест
Тема 30. Бизнес и деньги	контрольная работа
Тема 31. Особенности межнационального общения	опрос
Тема 32. Человеческие ресурсы (кадры)	тест
Тема 33. Интернациональный рынок	эссе
Тема 34. Корпоративная этика	диспут
Тема 35. Лидеры и лидерство	контрольная работа
Тема 36. Конкуренция	тест

4.1.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине «Иностранный язык» отличаются по форме контроля. Среди материалов выделяются:

- материалы для **опроса** учащихся (вопросы);
- материалы для **тестирования** (тесты);
- материалы для проведения **контрольных работ** (контрольные задания и упражнения);
- материалы для организации **диспутов** и создания **эссе** (аутентичные тексты, статьи, видео)

Опросы, тестирования, диспуты и контрольные работы проводятся во время практических занятий по дисциплине «Иностранный язык». Эссе студенты выполняют в часы самостоятельной работы.

При оценке качества выполнений всех представленных выше видов работ, преподавателем, прежде всего, учитываются знание материала, правильность и логичность ответа, уровень владения речевыми навыками, способность к аргументации ответа, способность к импровизации.

Далее в таблице отражены примерные материалы текущего контроля успеваемости учащихся.

<table>
<tr><th>№
темы</th><th>Учебная тема/
примеры заданий текущего контроля успеваемости</th></tr>
<tr><td>1.</td><td>Представление себя: опрос (пример задания)</td></tr>
<tr><td></td><td>1) Answer the following questions:
Where do you come from?
Where do you work?
What is the name of your company?
How long do you work there?
2) Introduce yourself to a partner and share your business card.

[…]</td></tr>
<tr><td>2.</td><td>Работа и отдых: тест (пример задания)</td></tr>
<tr><td></td><td>1. Match the words that go together to find more things to do in your free time.
<table>
<tr><td>1) stay in
2) play
3) read
4) go
5) have</td><td>a) to an exhibition
b) a novel
c) a party
d) with your family
e) chess</td></tr>
</table>
2. Complete the information about Kati Varga. Use the correct form of given verbs.</td></tr>
</table>

	~~get~~ arrive check enjoy go have have spend like work **Kati Varga's working day** Kati Varga is the director of Commerzbank, a large bank in Budapest. She ...gets.[1] up at about 5:30 and usually goes jogging in the park. Then she .....[2] a shower and prepares breakfast for herself and her family. 'We all .....[3] to have breakfast together,' she says, 'and that's great.' She .....[4] to work by metro. She .....[5] at her office between 7:45 and 8 o'clock. Then she works at her desk for half an hour. 'I always .....[6] my e-mail first thing every morning,' she says. At 8:30 she starts her first meeting. She .....[7] a lot of meetings in the morning with customers and also with other important bankers. 'I keep the afternoons free for staff meetings,' she says. Two or three nights a week Ms Varga .....[8] late at the office. She gets home late and often goes to bed after midnight. She travels a lot and .....[9] about 50 days abroad every year. In her free time, she likes hiking and playing tennis. 'And when the weather is nice, my family and I really .....[10] sailing,' she says. *(form "Market Leader Elementary Practice file", 2rd Edition, page 10)* […]
3.	**Проблемы бизнес-среды: контрольная работа (пример задания)**
	Review: ***1. Correct the sentences that are wrong. Use*** *too/enough/very* ***in the correct context.*** 1.I can afford to buy the LJ200 printer, but it's too expensive. 2. This mobile phone is too big to fit in my pocket. 3. It's too late to telephone. They close at 5:30. 4. Come to out country! The food is delicious and the people are too friendly. 5. My boss is great, and my colleagues are too nice. ***2. Write the opposite of these sentences.*** 1. They report to the director. 2. She doesn't start very early. 3. She finishes work late. 4. We don't often work late. 5. They sell office equipment. 6. I make a lot of phone calls. 7. He doesn't write reports. ***3. Complete the sentences with*** *a*, *some* ***or*** *any*. 1. We've got … problems with cash flow this month. 2. Joe's office has got air conditioning, but it hasn't got … windows. 3. The invoice is incorrect. Please send us … new one. 4. My new office hasn't got … very nice view. 5. Have you got … meetings on Tuesday? 6. We haven't got … information about the missing documents. 7. Has he got … problems with the new boss? […]

4.	**Командировки: опрос (пример задания)**

1) Answer the following questions:

1. Would you like to travel on business?
2. How far and for how long would you travel on business?
2. Do you parents travel on business? How often?

[…]

5. Еда и развлечения: тест (пример задания)

1. Complete the text with the best words.

Today, you don't _(1)__ business only in your office. All over the world, people understand that it is important to _(2)__ business partners, customers and suppliers. When you play to eat _(3)__ with your visitors, there are a few rules to remember.

First, don't take them to a restaurant that nobody knows! You want a place with a pleasant atmosphere, _(4)__ food and efficient _(5)__. So if you do not know where to go, ask your friends and colleagues to _(6)__ a restaurant.

[…]

(1) work / do / make
(2) entertain / party / have fun
(3) in / up / out
(4) taste / delicious / right
(5) chef / waiter / service
(6) recommend / inform / advise

6. Покупка и продажа: эссе (пример текста)

Read the success story and write essay "What make a business successful?"

Uniqlo: a global success story

Tadashoi Yani, the founder of Uniqlo, is Japan's richest man. That's not bad for someone who started with a single store in Hiroshima in 1984 and now has a global retail business. The company sells high-quality casual clothes at low prices.

Uniqlo grew quickly in Japan during the 1990s. In 1998, it had over 300 stores. Following the good results in Japan, Yani decided on global expansion. It started with stores in the UK in 2001. It didn't work. Most of the stores were too small and in the suburbs of cities. In 2003, Uniqlo closed most of them. In 2005, Yani changed strategy. The new strategy was to open large stores in major cities around the world. The relaunch of Uniqlo began in November 2006 with the opening of a flagship store in New York. Over the next two years, the number of international stores went up from 54 to 92, including flagship stores in London and Paris.

Yani also hired the German designer Jil Sander in April 2009. Her role was to design a collection for Uniqlo and to be the creative consultant for the company. The collection went on sale in selected stores in March 2010. In 2010, Uniqlo made profits of ¥49.8 bn.

Yani sees Asia as a key market for Uniqlo. In 2007, the company had 26 stores across Asia. The number increased to 64 at the end of 2010, including a flagship store in Shanghai. Yani's plan is for another 500 stores over the next five years, mainly in China. Yani also aims to introduce Uniqlo stores in the fast-growing Indian and Brazilian markets.

(form "Market Leader Elementary Course book", 3rd Edition, page 54)

7. Люди делового мира: опрос (пример задания)

Answer the following questions (based on the text in "Market Leader Elementary Course book", 3rd Edition, page 70):

1. What was Steve Jobs's greatest success?
2. What made him successful?
3. Where was Steve Jobs born?
4. What did he do after leaving Apple? […]

8. Бизнес и реклама: тест (пример задания)

1. Write the missing letters to make the comparative form of ten adjectives.

a. small__
b. larg___
c. eas___
d. hot___
e. young___
f. new___
g. big___
h. happ___
i. earl___
j. quiet___

2. Complete the sentences with words below:
more/ easiest/ younger/ worse/ a/ the / easier/ than/ difficult

1) I think the ___ mobile to use is the Pronto-X.
2) Is South Korea a ___ competitive market than Japan?
3) It is more ___ to break into export markets than into home markets.
4) It's not just another good product – it's ___best product on the market.
5) Our customers are ____ and richer than our competitors' customers.
6) Pete is one of the ____ helpful colleagues I have.
7) Sales this month are a bit better ____ they were last month.
8) Sales are not going up. We need to find ____ better way of entering that market.
9) The design of this model is not very attractive, but it's ____ to use than the RL202.
10) 1The rate of unemployment was ____ last year than this year.

[…]

9. Работа компании: контрольная работа (пример задания)

1. ***Write definitions for the following terms:***

Manufacture - _____
Product - _____
Export - _____
Import - _____
Subsidiary - _____
Supplier - _____

2. ***Match the terms below to their definitions:***

to install / manufacturing plant / subsidiary / to set up / component / supplier

To start something new = _____
A company that is owned by another company = _____
To put equipment in position, so it is ready to use = _____
A company that you buy from = _____
A factory that makes machines and equipment = _____
A part of a machine = _____

[…]

10. Деловая коммуникация: опрос (пример задания)

1) Answer the following questions:

1. How do you prefer to communicate (face-to-face, speak on the phone, send e-mails, etc) and why?
2. How do companies usually communicate?

2) Answer the following questions (based on the text in "Market Leader Elementary Course book", 3rd Edition, page 100):
1. What does Mr Colao use his phones for?
2. Why doesn't he like video calling?
3. How does he use conference calling and Facebook? […]

11. Бизнес и культуры мира: опрос (пример задания)

Read the article and write an essay "Cultural misunderstanding between Russian and UK"

Lessons in cultural difference

by Samantha Pearson

1 It is 9.05 a.m. and a group of Chinese businessmen are outside a hotel conference room in São Paulo, waiting for their Brazilian hosts. The seminar was scheduled to start five minutes ago, but, like many meetings in Brazil, it did not start on time. The Brazilians arrive, complaining loudly about the morning's traffic and go immediately to breakfast. Cultural differences between the two countries become clear.

2 In 2009, China replaced the US as Brazil's biggest trading partner. As a result, Brazilian companies are keen to understand the Chinese better and find the best way to do business together.

3 For companies already working with China, getting to know the culture is a priority. At Chinbra, São Paulo's biggest Chinese language school, students, who mainly work in the import business, take evening classes in Mandarin. About half the lesson is about cultural issues. They ask questions such as "Should I give my business card with two hands?" and "What presents should I give – something Brazilian?".

4 Some business deals fail because of small things like a misunderstood e-mail. "In addition to language problems, there is also a lack of cultural understanding between the two countries," says Charles Tang, president of the Brazil–China Chamber of Commerce.

5 One big issue is timing. For

successful deals with the Chinese, it is important to be on time for meetings and to meet deadlines. Another issue is planning. In Brazil, because of high inflation during the 1980s and early 1990s and many failed plans, long-term planning was not a priority. Today, many companies still prefer to plan as they go along and fix problems when they happen. The Chinese are completely different. They like to plan everything in advance and in detail.

(form "Market Leader Elementary Course book", 3rd Edition, page 108)

12. Бизнес и должности: тест (пример задания)

1. Complete these interview questions using the present perfect form of the verbs in brackets.
a. How ____ (you change) over the last five years?
b. What software programs ____ (you use) recently?
c. What ___ (you learn) form your other jobs?
d. What sort of problems ___ (you have) to deal with?
e. What part of your job ___ (you enjoy) the most?
f. Which countries ___ (you visit) for work/study?

2. Put the words in the interview questions in the correct order.
a. What / got/ skills/ you/ have/?
b. What / strengths / you / are/?
c. What/ time/ do/ do/ free/ in/ your/ you/ ?
d. What / work/ people/ you / of/ with/ kind/ do/ well/ ?
e. What/ job/ like/ about/ did/ last / you/ your?

[…]

13. Твоя карьера: опрос (пример задания)

1) Answer the following questions:
1. Do you have a career plan? Tell us about it.
2. Would you like to work for yourself or for a company? Why?

2) Answer the following questions (based on the text in "Market Leader Pre-Intermediate Course book", 3rd Edition, page 8):

1. How can social-networking sites make or break your career?
2. What are social-networking faux pas?

[…]

14. Описание компаний: тест (пример задания)

1.Match the companies to the industry sector they belong to.

1) Lenovo, Apple, Dell, Microsoft	a) Electrical/ Electronics
2) Bayer, Johnson & Johnson, Novartis	b) Engineering
3) BMW, General Motors, Nissan, Toyota	c) Banking and finance
4) HSBC, ING	d) Pharmaceuticals / Chemicals
5) LG, Nokia, Samsung, Siemens	e) IT (Information Technology)
6) Ikea, Tesco, Wal-Mart, Zara	f) Retail

2. Match each sentence to the meaning expressed by the verb in italics.

1) American Express ***provides*** travel and financial services.	a) temporary situation
2) Ms Delgado ***is replacing*** Sandra as Office Manager until next Friday	b) future arrangement
3) We ***are improving*** our services to meet the needs of a much wider range of customers.	c) ongoing situation
4) We ***are opening*** our sixth subsidiary next month.	d) routine activity
5) We ***need*** a different set of skills to address our company's challenges.	e) factual information
6) We ***observe*** our customers' reactions carefully.	f) verb usually used only in the present simple

[…]

15. Сфера продаж: контрольная работа (пример задания)

1. Circle the odd word/ phrase out in each group.

a. wholesaler/ retailer/ supplier/ offer
b. return/ discount/ offer/ bargain
c. return/ exchange/ purchase/ refund
d. stock/ sale/ storage/ warehouse
e. dispatch/ deliver/ distribute/ manufacture
f. money-back guarantee/ out of stock/ loyalty-card scheme/ interest-free credit

2. Rewrite these sentences using an appropriate modal to replace the words in italics.

1. If you want to be an effective salesperson, ***it is necessary*** to know how to deal with people.
   If you want to be an effective salesperson, you _____ know how to deal with people.
2. ***It is a good idea*** for retailers to dispatch orders quickly.
   Retailers _____ .
3. One of the good things about malls is that ***it is not necessary to*** walk a lot from one shop to another.
   One of the good things about malls is that _____ .
4. ***It is not a good idea to*** talk a lot about yourself.
   You _____ .
5. If you order before 15th April, ***it's not necessary*** for you to pay until August.
6. If you order before 15th April, you _____ .

[…]

16. Предложение идей в бизнесе: опрос (пример задания)

Shortly retell the ideas in articles (on page 39 in "Market Leader Pre-Intermediate Course Book", 3rd Edition).

Article 1

WHO NEEDS TRANSLATORS?

Google is developing software for the first phone capable of translating foreign languages almost instantly. By building on existing technologies in voice recognition and automatic translation, Google hopes to have a basic system ready within a couple of years. If it works, it could eventually transform communication among speakers of the world's 6,000-plus languages.

The company has already created an automatic system for translating text on computers, which is being honed by scanning millions of multilingual websites and documents. So far, it covers 52 languages. Google also has a voice-recognition system that enables phone users to conduct web searches by speaking commands into their phones rather than typing them in.

Now it is working on combining the two technologies to produce software capable of understanding a caller's voice and translating it into a synthetic equivalent in a foreign language. Like a professional human interpreter, the phone would analyse "packages" of speech, listening to the speaker until it understands the full meaning of words and phrases, before attempting translation.

Article 2

SAFER CYCLING

Swedish designers have created a cycling "collar" that is worn around the neck with an airbag hidden inside. When sensors in the device determine a crash has happened, an airbag instantly inflates around the cyclist's head to form a helmet.

The invention was presented today in Stockholm. It will go on sale in Sweden early next year for about £50. The designers have spent six years developing it. Terese Alstin, one of the inventors, said, "The protection should include keeping the sense of freedom and not ruining your hairstyle."

The device has been improved by recreating hundreds of accidents using crash-test dummies and real riders. "We have developed a unique, patented, mathematical method to distinguish these movement patterns," say the inventors. A small helium-gas cylinder inflates the airbag in 0.1 seconds and is designed to let cyclists see at all times.

The airbag stays inflated for several seconds. It is powered by a rechargable battery. Co-inventor Anna Haupt said, "The shell of the collar is removable and available in many different styles and fabrics, and will be launched in new fashion collections."

17. Стресс и работа: диспут (пример задания)

Read the article (on page 47 in "Market Leader Pre-Intermediate Course Book", 3rd Edition). Suggest some administrative measures (as a boss) for fighting a workplace stress at your company (in a short presentation), be ready to argument and defend your point of view in a dispute.

Over half of business owners feeling increasingly stressed

More than half the leaders of privately held businesses globally feel their stress levels have increased over the last year. The research from the Grant Thornton International Business Report (IBR) 2010 covers the opinions of over 7,400 business owners across 36 economies. Mainland China tops the league for the most stressed leaders, with 76% of business owners saying their stress levels have increased over the last year.

Other economies that were high in the stress league table were Mexico (74%), Turkey (72%), Vietnam (72%) and Greece (68%). At the opposite end of the scale, business owners in Sweden (23%), Denmark (25%), Finland (33%) and Australia (35%) have the lowest stress levels in the world.

There appears to be a link between stress levels and GDP. Business owners in mainland China, Vietnam, Mexico, India and Turkey are all high on the stress league table and are working in environments where high growth is expected. But it's not just in countries expecting high growth that stress levels are high – at the opposite end of the growth scale, Ireland, Spain and Greece are all high on the league table. Said Alex MacBeath, Global Leader – Markets at Grant Thornton International. "We have businesses at both ends of the GDP growth scale experiencing high stress for very different reasons. In mainland China, the pressure is on to keep up with the speed of expansion, while in Ireland, for example, the economy is shrinking, and business owners are worried about how they will keep their business alive."

Business owners were asked about the major causes of workplace stress. Not surprisingly, the most common cause during 2009 was the economic climate, with 38% of respondents globally saying this was one of their major causes of stress. This was followed by pressure on cashflow (26%), competitor activities (21%) and heavy workload (19%). Alex MacBeath comments, "The causes of workplace stress can be put into three distinct groups – economic, business and personal. An employee may place more importance on personal elements such as their work–life balance. The business owner has additional pressures to consider."

The survey also found a link between stress levels and the number of days taken off by an individual in a year. Countries at the top of the stress league are those where business owners, on average, take fewer holidays each year.

18. Корпоративные развлечения: тест (пример задания)

1. Complete sentences 1–5 with answers a, b or c.

Let's ask the waiter if they have a _____ in Spanish for our guests.
a) menu b) recipe c) check

The Palace restaurant is famous for its friendly and efficient _____ ..
a) starter b) prices c) service

It's getting late. Shall we ask for the _____ ?
a) course b) bill c) card

If you want to go to the Astoria, remember to _____ a table in advance.
a) book b) check c) order

In many countries, it is usual to leave a _____ if you are satisfied with the service.
a) pound b) note c) tip

[…]

19. Открытие нового бизнеса: опрос (пример задания)

1) Answer the following questions:

Would you like to start your own business? What kind of business and why?/Why not?

What conditions are important for people starting new businesses?

2) Retell the article (on page 69 in "Market Leader Pre-Intermediate Course Book", 3rd Edition).

20. Маркетинг: тест (пример задания)

1. Choose the best word (a, b or c) to complete each space in the text.

The name game

A brand can be defined as a name given to a product by a company so that the product can easily be recognised by its name or its design. In our very competitive[1] business world, a good brand is one of the keys to the success of any company. It is often a powerful .....[2] tool.

However, the name is not everything. For a brand to be successful, marketers have to know what the consumer .....[3] and wants so a lot of market .....[4] is necessary. This gives them a 'consumer .....[5]', that is to say a kind of picture of the typical customer. It is a picture not only of the customer's needs and wants but also of their beliefs and values. If the brand then clearly reflects those values, it is more likely to be successful.

The customer has so much .....[6] nowadays that a good brand is a necessity so that one product is clearly different from another in his or her mind.

A good brand, of course, also has long-term benefits as it will .....[7] to many different market .....[8] and to people from different cultures.

1	a) informative	b) competitive	c) conservative
2	a) sales	b) sell	c) sold
3	a) wishes	b) needs	c) orders
4	a) study	b) research	c) science
5	a) summary	b) report	c) profile
6	a) choice	b) option	c) suggestion
7	a) attract	b) persuade	c) appeal
8	a) shares	b) portions	c) segments

(form "Market Leader Pre-Intermediate Practice File", 3rd Edition, page 33)

21. Бизнес и планирование: эссе (пример задания)

When there's no Plan A

by Jonathan Moules

Dan Scarfe, Chief Executive of Windsor-based software development company Dot Net Solutions, says that he has never written a business plan for the company he founded in 2004.

Now, it is one of Microsoft's five key partners in the UK and a leading player in the hot new area of cloud computing – and to Scarfe, that is proof that setting fixed objectives is a complete waste of time.

"Writing software, or starting a new business, is incredibly difficult to plan for," he says. "You're effectively trying to second-guess exactly what you may want down the line, based on marketing conditions and varying customer demand." Whilst short-term business budgeting and strategy is vital, long-term business plans are less so." Twitter, Facebook and cloud computing were not even concepts a number of years ago, Scarfe notes, so there would be no way he could have planned for them.

David Hieatt, co-founder of Howies, the ethical-clothing manufacturer based in Cardigan, claims that a business plan is really just a guess.

"There are some brilliant business plans written, but they fail because the customer wants to do business differently," he says. "The awful truth is we don't know what will work."

He claims that the secret is to be flexible – although this often takes a lot of courage. For example, in 2001, Hieatt phoned up all of Howies' retailers and said he was going to introduce organic cotton. The initial effect of this spur-of-the-moment act was disastrous.

"We lost all our wholesale accounts overnight because they said nobody would pay £27 for a T-shirt," he recalls.

Hieatt and his colleagues managed to rescue the situation by launching a catalogue to sell products. It proved to be a turning point for Howies. "Losing all your shop accounts in one day is not great for business, but it's probably the best thing we did," Hieatt concludes. Now, the company sells 80 per cent of its products through this medium.

Others argue that business planning is often a reason for inaction. Rajeeb Dey launched Enternships, a student internship matching service. "I never wrote a business plan for Enternships, I just started it," he says – although he admits that it is easier for Internet-based businesses to do this.

Perhaps unsurprisingly, Dey and Scarfe have entirely self-financed their businesses. Venture capitalists and private investors do not usually approve of this casual attitude to planning.

To Paul Maron-Smith, Managing Director of Gresham Private Equity, a business plan is rather like a car's dashboard, guiding the entrepreneur along the road to success.

But even he admits that problems can arise when business plans become too fixed. "The aim of a business plan is to give the stakeholders a good idea of where the business is heading," he says. "Sure, there are going to be some forecasts in there that are not going to be accurate, but they are a best guess at the time."

Read the article (on page 85 in "Market Leader Pre-Intermediate Course Book", 3rd Edition) and write an essay describing briefly your business plan.

22. Управление персоналом: контрольная работа (пример задания)

***1. Complete this text with** in, to, with, about **and** for.*

I work in a small company, so I report directly ___ the owner of the business. I respect her a lot. I think she deals ___ her employees firmly but fairly. When we need to talk ___ a work issues, she's available, and she really listens ___ us. She really believes ___ her employees and has invested a lot ___ our professional development. That makes us feel loyal to her. But it doesn't mean we always agree ___ her. We recently argued ___ the best way to supply a customer's order. But even when we were arguing, she communicated ___ us clearly about why her way was the best – and she was right, in the end. But when she does make a mistake, she apologies ___ it and we move on.

2. Choose the best word(s) to complete each sentence.

1) "I want to start the meeting at 10 o'clock."
   She says she *wants/she's wanted* to start at 10 o'clock.
2) "Out new offices are fantastic."
   He said that their new offices *have been/were* fantastic.
3) "The back-up software is working very well."
   She said the back-up software *will be/ was* working very well.

3. These sentences are not correct. Supply, correct or delete the prepositions as appropriate.

1) Robert never listens my suggestions.
2) Socialising colleagues is sometimes a good way to learn about what is happening in different departments.
3) Linda would like to discuss about the report's recommendations with you.

[…]

23. Бизнес и конфликты: тест (пример задания)

1.Match the sentence halves to make six tips for being a more successful negotiator.

1) Good answers don't always come quickly …	a) you can't be tough all the time
2) Sometimes you have to compromise –	b) or they'll think you're weak.
3) Don't get angry too quickly –	c) enthusiastic negotiators are rare!
4) Don't agree with everyone all the time …	d) be consistent.
5) Say when you like an idea –	e) so don't be too impatient.
6) Keep the same attitude towards others –	f) try to stay calm.

2. Complete each sentence with the negative form of one of the adjectives (a-c).

It was very ___ to be late for the meeting and not even apologize.	a. polite b. emotional c. formal
He prefers ___ meetings where everybody can relax and feel comfortable.	a. patient b. responsive c. formal
It takes two to tango. They have to try to help and stop being so ___ .	a. critical b. cooperative c. credible

[…]

24. Бизнес-продукты: опрос (пример задания)

1) Answer the following questions:

What is product?
Describe some of your favourite products. Why do you like them?
Which product would make your life easier?
Do you use any organic, energy saving, green products? Are you satisfied with them?/Why not?

[…]

25. Бренды: опрос (пример задания)

1) Answer the following questions:

What's your favourite brand? Why do you use it? Describe it.
How loyal are you to the chosen brand?
What is brand stretching?
What is brand awareness?
Explain, what is product launch?
What's the difference between product placement and endorsement?

[…]

26. Путешествия: тест (пример задания)

1.Match the two parts of each phrase.

1) a growing number	a) to customer dissatisfaction
2) a fast-growing area	b) about air quality
3) a wide range	c) against dangerous in-flight behaviour
4) an intermediate delay	d) in take-off
5) increasing concern	e) of issues
6) the battle	f) of passenger complaints
7) to respond	g) of study

2. Complete each sentence with the negative form of one of the adjectives (a-c).

At our hotel, we give our ___ more than a high-quality experience, we get them to enjoy Queen way of life.	a) customers b) tourist c) guests
The ___ are responsive and service-oriented, they obviously enjoy their jobs and want to help the clients.	a) staff b) assistants c) salesmen
In addition, the ___ of the hotel is ideal: a three-minute drive from the international airport.	a) location b) venue c) place

[…]

27. Инновации и изменения: диспут (пример задания)

Read the article (on page 24 in "Market Leader Intermediate Course Book", 3rd Edition). Suggest some administrative measures (as a boss) for saving the fallen company (such as Nokia/Panasonic, choose any), be ready to argument and defend your point of view in a dispute.

Mercedes star twinkles once more

By Richard Milne

The Mercedes star is gleaming again. Three years ago it suffered as dramatic a fall as any luxury brand could, as it reported its first losses for nearly two decades and saw its quality slip so far that newspapers were full of stories of cars that kept on breaking down.

"Mercedes should not make losses. That is absolutely clear," says Dieter Zetsche, who became head of Mercedes in September 2005 and chief executive of its parent company, Daimler, three months later. "But we have great results now and we are starting to change the culture in many ways."

Indeed, so much has Mercedes changed that in three years it has gone from the worst-performing of the large luxury carmakers to the trailblazer. Rivals at its bigger-selling rival BMW look enviously at its 9.1 per cent return on sales last year (and even more so on the 10.4 per cent it made in the fourth quarter - compared with BMW's 5.4 per cent in the third quarter).

Much of that turnaround is due to Mr Zetsche, famous for his walrus moustache. He was not the first automotive executive to take on two jobs but he has been one of the most successful with it, using

his operational experience at Mercedes to help him at Daimler, which also makes trucks, vans and buses as well as having a large stake in EADS, the aerospace group. Mr Zetsche says that combining roles is essential for his management style: "It makes more sense than ever now. If there was any time when it was a stretch then it was at the beginning. I can be a better Daimler CEO by knowing in depth about Mercedes' business." But he is keen to stress that it is a team approach, underlining how the corporate in-fighting of old has disappeared and describing as "nonsense" reports suggesting Mercedes is just a one-man show.

Mr Zetsche was hard from the outset, cutting 14,500 jobs - 8,500 in production and 6,000 administrative staff. That broke the pattern of Mercedes providing a job for life to workers. But it had a dramatic effect on the bottom line and it is noteworthy that BMW is following suit three years later as it seeks to claw its way back in the profitability race. Mr Zetsche says: "Productivity gains don't get you anything if you don't reduce personnel."

Mercedes' recent success is also linked to a big improvement in its product quality and the launch of some well-praised models, headed by the new C-Class saloon.

"Mercedes is building cars that people want to buy again and, for once, they even look better than BMWs," says one London-based analyst.

The debate on reducing carbon dioxide emissions could hit Mercedes hard. But the company, for now, is choosing to highlight the launch of 20 fuel-efficient models this year.

All of this has put a spring back in the step of a company that in Mr Zetsche's words also acts a "mirror on German society". It has also restored lustre to Mr Zetsche's star, which was tarnished by the poor performance of Chrysler, the US carmaker that was owned by Daimler but was sold last year. Indeed he is keen to keep some of the characteristics of US workers that he encountered at Chrysler. Asked which, he replies: "Not analysing things to death as we are wont to do sometimes. Not looking for the worst in everything." With the star gleaming again, there shouldn't be too many people guilty of this any more.

28. Организации: опрос (пример задания)

1) Answer the following questions:

What departments any organization has?
Which people in organization usually have their own office? Why?
What is corporate culture? Give some significant examples.
What are perk?
What special events should an organization celebrate? Why and how?

[…]

29. Рекламирование продуктов и услуг: тест (пример задания)

1.Match the words in bold in the word pairs (1-5) to their meaning (a-e).

1) publicity **stunt**	a) newspapers and magazines
2) design **features**	b) a short phrase that is easy to remember
3) Honda **slogan**	c) a series of actions intended to get a particular result
4) poster **campaign**	d) an important, interesting or typical part of something
5) **press** coverage	e) something done to get people's attention

2. Complete each sentence with the negative form of one of the adjectives (a-c).

If celebrity ____ a product, they say how good it is in advertisement.	a) persuades b) launches c) endorses
If you hear about a new product from a friend of relative, this is called ___ advertising.	a) word-for-word b) mouth-to-mouth c) word-of-mouth

[…]

30. Бизнес и деньги: контрольная работа (пример задания)

1. Complete these verbs, which are all used to describe trends.

Downward movement

1. to p_ _ m _ _ t
2. to d _ _ p
3. to f _ _ _
4. to _ _ c l _ _ _

Upward movement

1. to _ _ c r _ _ _ _
2. to _ i _ _
3. to _ _ c k _ _
4. to j _ _ _

2. Complete the chart.

infinitive	*past simple*	*past participle*	*noun*
to decrease			
to fall			
to drop			
to peak			
to rise			

3. Complete the sentences below with appropriate prepositions.

1) There was a sharp drop ___ profit.
2) Profit decreased ____ $20.5 ___ $15.3.
3) Profit decreased ____ $9.5.
4) Profit now stands ____ $5.5.
5) There was a drop ____ $4 ___ profit.

[…]

31. Особенности межнационального общения: опрос (пример задания)

1) Answer the following questions:

What is culture?
What do you miss most about your own culture when you go abroad?
Why is cultural awareness important for businesspeople? Give examples.
Do you think cultures are becoming more alike? Is this a good or bad thing? Give reasons for your answer.

[…]

32. Человеческие ресурсы (кадры): тест (пример задания)

1.Match the verbs (1-6) to the nouns (a-f) to make word partnerships.

1) to train	a) a vacancy/post
2) to shortlist	b) an interview panel
3) to advertise	c) the candidates
4) to assemble	d) references
5) to make	e) new staff
6) to check	f) a job offer

2. Complete each sentence with the negative form of one of the adjectives (a-c).

____ person is able to come up with ideas.	a) Enthusiastic b) Creative c) Ambitious
____ person is respected and listened to by others.	a) Ambitious b) Methodical c) Authoritative
____ person is able to see different point of view.	a) Objective b) Adaptable c) Reliable

[…]

33. Интернациональный рынок: эссе (пример задания)

1. Complete the sentences with the words in the box.

companies
competition
environment
gap
~~opportunities~~
poverty
prices
standards
unemployment
workers

'International markets for labour, capital, goods and services ...

1 provide opportunities for people to work/study abroad and improve their lives.'
2 increase ..... and improve the choice of goods and services.'
3 create ..... and lead to job losses in richer countries.'
4 reduce ..... and increase wealth everywhere.'
5 exploit ..... in poorer countries.'
6 widen the ..... between rich and poor nations.'
7 mean lower costs and cheaper retail ....., which benefit consumers.'
8 give large multinational ..... and trading blocs too much power.'
9 lead to damage to the natural ....., local cultures and industries.'
10 promote higher ..... of living, working conditions, technology, education, etc.'

(form "Market Leader Intermediate Course Book", 3rd Edition, page 82)

2. Write an essay, answering the question "Which of the statements do you agree with? Why?"

34. Корпоративная этика: диспут (пример задания)

Suggest your ideas on how to avoid/ prevent any type of harassment (sexual, verbal, physical) at workplace (in a short presentation), be ready to argument and defend your point of view in a dispute.

35. Лидеры и лидерство: контрольная работа (пример задания)

1. Complete the key word in the statements about leadership qualities.

1. Someone who is **app**_ _ _ _ _ _ _ _ _ is friendly and easy to talk to.
2. An **_nc**_ _ _ _ _**ing** person gives you confidence or hope.
3. Someone who is _ _ _ _ **lis**_ _ _ believes firmly in something which is good but probably impossible to achieve.
4. Someone who is _ _ _ _ **erv**_ _ _ _ _ is unwilling to accept changes and new ideas.

2. Cross out the incorrect relative pronoun in each of the sentence below.

1. It is unbelievable what people *who/which* believe in themselves can accomplish.
2.The ability to motivate people is one of the greatest assets *that/who* a leader possesses.
3. Do you agree that successful people are those *who/which* seize opportunity and take risks?
4. The meetings *that/who* we hold on Friday afternoons are compulsory for everyone.

***3. Combine these sentences using** whose.*

1) The CEO Anton Vizi resigned last week. His leadership style had provoked a lot of criticism.

	The CEO Anton Vizi, _____ . 2) Some staff are disappointed. Their training programme was postponed. The staff _____ . 3) Some stores will have to be closed down. Their performance is deteriorating. The stores _____ . […]
36.	**Конкуренция: тест (пример задания)**
	1.Match the sentence halves.

1) Whether we send you replacement or credit the amount to your account … 2) This is just to confirm the main point … 3) The goods will be shipped to you … 4) Secondly, we agreed that you would receive … 5) However, the deluxe items will not be sent until mid-May, 6) Finally, it was also agreed that faulty of damaged goods …	a) a trade discount of 5% off list prices b) may be returned within one month c) as they are not available from stock at present d) by sea immediately on receipt of order e) that we agreed on during our negotiation last Monday f) will then be negotiated on a case-by-case basis.

[…]

4.1.3 Шкала оценивания результатов опросов и диспутов

Обозначения		Формулировка требований к степени освоения дисциплины
Цифр.	Оценка	
2	Неуд.	Студент показывает недостаточные знания программного материала, не способен аргументировано и последовательно его излагать, допускается грубые ошибки в ответах, неправильно отвечает на поставленный вопрос или затрудняется с ответом
3	Удовл.	Студент показывает достаточные, но не глубокие знания программного материала; при ответе не допускает грубых ошибок или противоречий, однако в формулировании ответа отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. Для получения правильного ответа требуются уточняющие вопросы
4	Хор.	Студент показывает глубокие знания материала, грамотно его излагает, достаточно полно отвечает на поставленный вопрос и дополнительные вопросы, умело формулирует выводы. В то же время при ответе допускает несущественные погрешности
5	Отл.	Студент показывает полные и глубокие знания программного материала, логично и аргументировано отвечает на поставленный вопрос, а также дополнительные вопросы, показывает высокий уровень теоретических знаний.

4.1.4 Шкала оценивания результатов практических заданий (контрольных работ, тестов и эссе) на практических занятиях

Обозначения		Формулировка требований к степени освоения дисциплины
Цифр.	Оценка	
2	Неуд.	Студент неправильно решает практическую задачу, не делает выводов по ее результатам, не может объяснить технологию ее решения, показывает полное незнание теоретических аспектов, на дополнительные, уточняющие вопросы не отвечает.
3	Удовл.	Студент допускает несколько незначительных ошибок в решении практической задачи, делает неполные выводы по ее результатам либо недостаточно аргументирует свое решение; отвечает на вопрос о технологии ее решения, но при ответе допускает неточности, что требует дополнительных вопросов.
4	Хор.	Студент логично и правильно решает практическую задачу, делает грамотные выводы по ее результатам, отвечает на вопрос о технологии ее решения, достаточно аргументирует свое решение, но при ответе допускает погрешности.
5	Отл.	Студент логично и правильно решает практическую задачу, делает грамотные выводы по ее результатам, полно отвечает на вопрос о технологии ее решения, подробно аргументирует свое мнение со ссылками на норму закона, показывает хорошее знание теоретических аспектов.

4.2. Формы и методы промежуточного аттестации успеваемости обучающихся.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Иностранный язык» происходит в формах дифференцированного зачета (с оценкой) в 1 семестре, экзамена в 2 семестре, зачета в 3-5 семестрах и экзамена в 6 семестре.

Промежуточная аттестация в форме **зачета** проводится посредством *устного пересказа* учащимися *текстового отрывка* (с ограничением по времени в 15-20 минут на ознакомление и подготовку рассказа), а также ответов на вопросы преподавателя по тексту. Промежуточная аттестация в форме **экзамена** проводится посредством *ответа* учащегося *на вопрос экзаменационного билета*. Цель подобных форм контроля – выявить индивидуальные коммуникативные достижения студента: знания лексики и грамматических конструкций, степень свободы и скорости использования их в коммуникативном акте; знание основных понятий и терминов бизнес-среды.

№ семестра	Аттестационный этап / Пример задания промежуточного контроля успеваемости
1.	**Промежуточная аттестация первого семестра: зачет уровня Elementary (пример текста для пересказа и вопросов учителя).**
	Online Business Model Dresses to Kill When Natalie Massenet was trying to raise money for her Internet start-up, Net-a-Porter, a luxury online fashion boutique, no one was interested. 'People were throwing millions of pounds at almost any web company then. But they heard "women" and "fashion" and "Internet" and said those words didn't go together,' says Ms Massenet. But Net-a-Porter, founded in 2000, can now claim to be 'the world's first truly global luxury fashion retailer'. It doubles its revenues every year and sales are now at £37m. It has a distribution centre in London and one in New York and employs almost 300 people. The web store attracts an average of 90 new customers a day from 101 countries (including Fiji and Greenland), who each spend an average of £400.

	According to Forrester Research, luxury brands 'won't survive without an online sales channel'. Over 40 million Europeans buy clothes online, and this number will continue to increase. Experts predict it will grow to over 70 million by 2009. The website combines content with commerce: it is designed as a magazine, and everything is for sale and delivered worldwide within 48 hours. Net-a-Porter is expanding very fast. Ms Massenet says: 'Because we have no physical limit to the amount of designers we stock, we can offer a very wide range. But everything we offer has to be trend-setting fashion.' We e-mail information about new products to customers regularly, according to their favourite designers. You couldn't do that in an offline store,' she points out. 'That's the beauty of this business. And customers spend a lot of money in that kind of environment. Seven or eight years ago nobody believed that.' *Published in 2006.* **Teacher's questions:** 1. How popular was Net-a-Porter at the start? Why? 2. Why Net-a-Porter can offer a wide range of products? 3. How Net-a-Porter advertises their new products? Does it work? Why?/Why not? 4. Is Net-a-Porter an international company? Give reasons for your answer. 5. What statistics on current and future sales (on the time the article was published) is given in the article?
2.	**Промежуточная аттестация второго семестра: экзамен уровня Elementary+ пример текста для пересказа и вопросов учителя.**
	Вариант экзаменационного билета: 1. Introduce yourself as a businessman/-woman with a certain job position in a company. Tell about your company: What does it do? Where is its centres? 2. Describe as many possible problems in a company as you can remember. Also suggest possible solutions.
3-4	**Промежуточные аттестации третьего и четвертого семестров: зачеты уровней Pre-Intermediate и Pre-Intermediate+ (пример текста для пересказа и вопросов учителя).**
	Success can be a game with many players One of the side effects of the free food for Google staff is what is known as the "Google 15" – the number of pounds that **employees** typically gain after joining the internet company. But whether it is providing snacks and gourmet meals in the canteen, annual skiing trips or games rooms at the office, the philosophy behind such **perks** is the same – encouraging **staff** to meet each other, interact in informal settings and encourage teamwork. One way the company does this is to hold competitions in everything from office decorating to dancing and football, with prizes for the winners. Managers also receive a quarterly "celebratory **fund**" either to reward accomplishments, or to build teamwork by going bowling, go-carting or dining out. The Best Workplaces survey indicates that such initiatives have a powerful effect. At Google Italy, for example, 90 per cent of the employees agreed that "people celebrate special events around here". Also in Italy, 100 per cent agreed that "this is a friendly place to work", and 96 per cent agreed that "there is a 'family' or 'team' feeling here". Another part of Google's **objective** is to make its workplace feel fun. Massage chairs, table tennis tables, video games, lava lamps, hammocks, beanbags, bicycles, large rubber balls, couches, and scooters are all part of the furniture in Google offices. However, when it comes to the serious business of work, great emphasis is placed on engaging employees. "What makes Google a great workplace is that the nature of the work itself is very challenging and interesting," says Nick Creswell, the company's

	university programmes manager for Europe, the Middle East and Africa. “And for the type of people who really enjoy an intellectual challenge, that’s the biggest appeal of working here.” Fostering this intellectual activity is a policy giving employees a large degree of independence in deciding how to work – both in terms of the hours they work and how they do their jobs. “There’s a real culture of autonomy and empowerment,” says Mr Creswell. “Individuals within the business understand what their own **goals** are within the context of their teams, and they have a lot of freedom to go out and make those happen.” Even when it comes to learning and development, many programmes are voluntary and informal. Often it may be a case of inviting university faculty in to discuss their latest research. Google also invites prominent writers to give lunchtime talks about their books. **Teacher’s questions:** 1. What does Google company do? 2. What makes Google a great workplace? Give multiple reasons. 3. What people Google negotiate with to discuss their research and books? How do you think, why? 4. Do you use Google often? Are you satisfied with their products? Would you like to work at such workplace as in Google? Why?/Why not? **Language work:** 1) Give definitions to the words in bold (see the text). Explain the difference between the words: *objective* and *goal*. Come up with five sentences with these words. 2) Scan the text and tell, what tenses are most often used. Explain why.
5.	**Промежуточная аттестация пятого семестра: зачет уровня Intermediate (пример текста для пересказа и вопросов учителя).**
	Success can be a game with many players One of the side effects of the free food for Google staff is what is known as the “Google 15” – the number of pounds that **employees** typically gain after joining the internet company. But whether it is providing snacks and gourmet meals in the canteen, annual skiing trips or games rooms at the office, the philosophy behind such **perks** is the same – encouraging **staff** to meet each other, interact in informal settings and encourage teamwork. One way the company does this is to hold competitions in everything from office decorating to dancing and football, with prizes for the winners. Managers also receive a quarterly “celebratory **fund**” either to reward accomplishments, or to build teamwork by going bowling, go-carting or dining out. The Best Workplaces survey indicates that such initiatives have a powerful effect. At Google Italy, for example, 90 per cent of the employees agreed that “people celebrate special events around here”. Also in Italy, 100 per cent agreed that “this is a friendly place to work”, and 96 per cent agreed that “there is a ‘family’ or ‘team’ feeling here”. Another part of Google’s **objective** is to make its workplace feel fun. Massage chairs, table tennis tables, video games, lava lamps, hammocks, beanbags, bicycles, large rubber balls, couches, and scooters are all part of the furniture in Google offices. However, when it comes to the serious business of work, great emphasis is placed on engaging employees. “What makes Google a great workplace is that the nature of the work itself is very challenging and interesting,” says Nick Creswell, the company’s university programmes manager for Europe, the Middle East and Africa. “And for the type of people who really enjoy an intellectual challenge, that’s the biggest appeal of working here.” Fostering this intellectual activity is a policy giving employees a large degree of independence in deciding how to work – both in terms of the hours they work and how

	they do their jobs. “There’s a real culture of autonomy and empowerment,” says Mr Creswell. “Individuals within the business understand what their own **goals** are within the context of their teams, and they have a lot of freedom to go out and make those happen.” Even when it comes to learning and development, many programmes are voluntary and informal. Often it may be a case of inviting university faculty in to discuss their latest research. Google also invites prominent writers to give lunchtime talks about their books. **Teacher’s questions:** 5. What does Google company do? 6. What makes Google a great workplace? Give multiple reasons. 7. What people Google negotiate with to discuss their research and books? How do you think, why? 8. Do you use Google often? Are you satisfied with their products? Would you like to work at such workplace as in Google? Why?/Why not? **Language work:** 3) Give definitions to the words in bold (see the text). Explain the difference between the words: *objective* and *goal*. Come up with five sentences with these words. Scan the text and tell, what tenses are most often used. Explain why.
6.	**Промежуточная аттестация второго семестра: экзамен (пример экзаменационного вопроса).**
	Вариант экзаменационного билета: 3. What are possible stress situations at work you can name. Suggest the ways of fighting stress at work. 4. Explain what non-for-profit organizations are. How do they exist (their funds)? What non-for-profit organizations do you know? 5. Imagine you are a CEO of IKEA. Briefly present this company, its geography and values, describe its products.

Аттестация производится в соответствии со шкалой оценивания результатов обучения.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.
Шкала оценивания устных ответов на экзаменах (зачетах)

Обозначения		Формулировка требований к степени освоения дисциплины
Цифр.	Оценка	
2	Неуд.	Студент показывает недостаточные знания программного материала, не способен аргументировано и последовательно его излагать, допускается грубые ошибки в ответах, неправильно отвечает на поставленный вопрос или затрудняется с ответом
3	Удовл.	Студент показывает достаточные, но не глубокие знания программного материала; при ответе не допускает грубых ошибок или противоречий, однако в формулировании ответа отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. Для получения правильного ответа требуются уточняющие вопросы
4	Хор.	Студент показывает глубокие знания материала, грамотно его излагает, достаточно полно отвечает на поставленный вопрос и дополнительные вопросы, умело формулирует выводы. В то же время при ответе допускает несущественные погрешности
5	Отл.	Студент показывает полные и глубокие знания программного материала, логично и аргументировано отвечает на поставленный вопрос, а также дополнительные вопросы, показывает высокий уровень теоретических знаний.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Иностранный язык» предполагает как аудиторную, так и самостоятельную работу студентов.

Аудиторная работа проводится в форме практических занятий. Подготовка к занятиям должна носить систематический характер. Это позволит обучающемуся в полном объеме выполнить все требования преподавателя.

Самостоятельная работа является обязательным компонентом процесса подготовки бакалавров, она формирует ответственность, дисциплинированность и способствует осознанной познавательной активности, выработке практических навыков работы с учебной литературой.

Общий объем аудиторной и самостоятельной работы определяется учебно-тематическим планом (см. ранее). Изучение дисциплины завершается зачетом на промежуточных этапах, экзаменом (на завершающем этапе курса).

Успешное изучение дисциплины требует посещения практических занятий, активной работы в процессе занятий, выполнения учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

5.1. Методические указания для обучающихся по подготовке к практическим занятиям и организации самостоятельной работы.

В ходе практических занятий происходит изучение и освоение учебных тем. Они служат для ознакомления с материалом, развития необходимых коммуникативных умений и навыков, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности студентов по изучаемой дисциплине.

При подготовке к практическому занятию, обучающемуся необходимо:

– повторять пройденный ранее учебный материал по рекомендованному учебнику, а также с опорой на личные конспекты занятий;

– выполнять заданные преподавателем устные и письменные задания, служащие систематизации знаний и подготовкой к следующему занятию.

Студентам, пропустившим практическое занятие, либо не подготовившимся к нему, рекомендуется не позже, чем в 2-недельный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме пропущенного занятия.

Основной целью самостоятельной работы студентов является улучшение профессиональной подготовки обучающихся, направленное на формирование действенной системы фундаментальных и профессиональных знаний, умений и навыков, которые они могли бы свободно и самостоятельно применять в практической деятельности.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Иностранный язык» способствует более глубокому усвоению изучаемого курса и проводится в следующих видах:

– подготовка к занятиям в соответствии с заданиями на самостоятельную работу с использованием рекомендованного учебника, материалов практических занятий и приведенных ниже источников литературы;

– выполнение индивидуальных домашних заданий;

– подготовка к промежуточной аттестации.

5.2 . Методические указания по подготовке обучающихся к промежуточной аттестации

Подготовка к промежуточной аттестации осуществляется студентом самостоятельно с использованием перечня вопросов к промежуточной аттестации, конспекта лекций по дисциплине и рекомендованных источников литературы.

В период подготовки к промежуточной аттестации студенты вновь обращаются к пройденному учебному материалу. При этом они не только укрепляют полученные знания, но и получают новые. Подготовка студента к промежуточной аттестации включает в себя два этапа:

– самостоятельная работа в течение семестра;

– непосредственная подготовка в дни, предшествующие промежуточной аттестации по темам курса;

– посещение специальных часов консультаций с преподавателем.

Основным источником подготовки к промежуточной аттестации являются рекомендованные учебники, где учебный материал дается в систематизированном виде, а также конспекты занятий, в которых основные положения его детализируются, подкрепляются уточнениями преподавателя. В ходе подготовки к промежуточной аттестации студентам необходимо обращать внимание не только на уровень запоминания, но и на степень понимания излагаемого материала.

6. УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА И РЕСУРСЫ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Основная литература

1. David Cotton, David Falvey, Simon Kent. Market Leader (Elementary). Course Book + DVD. Longman, 2016.
2. David Cotton, David Falvey, Simon Kent. Market Leader (Elementary). Practice File. Longman, 2016.
3. David Cotton, David Falvey, Simon Kent. Market Leader (Elementary). Teacher's Book. Longman, 2016.
4. David Cotton, David Falvey, Simon Kent. Market Leader (Pre-Intermediate). Course Book + DVD. Longman, 2016.
5. David Cotton, David Falvey, Simon Kent. Market Leader (Pre-Intermediate). Practice File. Longman, 2016.
6. David Cotton, David Falvey, Simon Kent. Market Leader (Pre-Intermediate). Teacher's Book. Longman, 2016.
7. David Cotton, David Falvey, Simon Kent. Market Leader (Intermediate). Course Book + DVD. Longman, 2016.
8. David Cotton, David Falvey, Simon Kent. Market Leader (Intermediate). Practice File. Longman, 2016.
9. David Cotton, David Falvey, Simon Kent. Market Leader (Intermediate). Teacher's Book. Longman, 2016.

6.2. Дополнительная литература

1. Raymond Murphy. English Grammar in Use. Cambridge University Press, 2017.
2. Azar Betty. Fundamentals of English Brammar, 2011.
3. Oxford Express Series, Oxford University Press, 2007:
   Course: English for Meetings.
   Course: English for Presentations.
   Course: English for Emails.
   Course: English for Telephoning.
   Course: English for Logistics.
   Course: English for Accounting.
   Course: English for Sales.
   Course: English for Customer Care.
   Course: English for Marketing and Advertising.
   Course: English for Human Resources.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа включает в себя следующие формы:

а) обязательная самостоятельная работа (СР) студентов под руководством преподавателя, выполняемая во внеаудиторное время и предусматривающая использование новейших средств информации, а именно:

- выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями;
- выполнение тестовых заданий, представленных в печатном и компьютерном виде;
- работа с аудиоматериалами;
- просмотр видеофильмов;
- проведение кейс-анализа;

б) индивидуальная самостоятельная работа студентов под руководством преподавателя, предполагающая также индивидуальные консультации, в частности:

- работа с использованием оригинальных источников (обзоры статей по узкой специальности, составление аннотаций и рефератов, подготовка PowerPoint презентаций);
- работа с мультимедийными курсами.

в) внеаудиторная самостоятельная работа, включающая:

- подготовку к участию в деловых беседах, конференциях, круглых столах, дискуссиях, в том числе с участием зарубежных специалистов;
- участие в олимпиадах по иностранному языку в своем и других вузах;
- чтение художественной литературы, просмотры художественных фильмов, посещение выставок и др.;
- ознакомление с лингвострановедческой и культурологической информацией;
- работу с Интернет-ресурсами.

В обязательную и индивидуальную СР студентов под руководством преподавателя входят и задания, направленные на автоматизацию языковых фонетических, грамматических, лексических навыков, а также задания на ознакомление с определенной профессионально значимой информацией, предъявляемой на иностранном языке. Главным требованием при отборе учебных материалов является их аутентичность.

6.3. Интернет-ресурсы

1. TED talks: https://www.ted.com/
2. BBC Learning English. English at Work: https://www.bbc.co.uk/learningenglish/english/features/english-at-work
3. BBC Learning English. 6 minute English (podcasts): https://www.bbc.co.uk/learningenglish/english/features/6-minute-english
4. Learn British English with Luke Thompson: https://teacherluke.co.uk/

6.4. Иные источники

Подкасты

1. The Economist Radio (All audio: https://itunes.apple.com/ru/podcast/the-economist-radio-all-audio/id151230264?mt=2
2. Business Skills 360 Podcast for Business English: https://itunes.apple.com/ru/podcast/business-skills-360-podcast/id465088372?mt=2
3. Business English Pod :: Learn Business English: https://itunes.apple.com/ru/podcast/business-english-pod-learn/id206603090?mt=2
4. English Vocabulary for Business Video Vocab: https://itunes.apple.com/ru/podcast/english-vocabulary-for-business/id363384247?mt=2
5. Luke's ENGLISH Podcast - Learn British English with Luke Thompson: https://itunes.apple.com/ru/podcast/lukes-english-podcast-learn/id312059190?mt=2
6. A Phrasal Verb a Day - Learn English Phrasal Verbs with Luke Thompson: https://itunes.apple.com/ru/podcast/a-phrasal-verb-a-day/id895725104?mt=2

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

Аудиовизуальные средства обучения:	Используются для реализации принципа наглядности, восполняют отсутствие языковой среды, повышают мотивацию.
Персональные устройства: смартфоны, планшеты, ноутбуки	Используются для проигрывания видео- и аудиоматериалов
Проекционное оборудование	Используются для демонстрации презентаций, подготовленными преподавателями и студентами

Microsoft Office (Word, Power Point, Excel)
KeyNote
Mp3 and DVD player (any).