



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования  
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет иностранных языков

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Язык делового общения**

Кафедра английской филологии

Образовательная программа

**45.04.02 Лингвистика**

Профиль подготовки:

**Перевод и переводоведение**

Уровень высшего образования:

**магистратура**

Форма обучения:

**очная**

Статус дисциплины:

**вариативная**

Рабочая программа дисциплины «**Язык делового общения**» составлена в 2017 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 45.04.02 Лингвистика (уровень магистратуры)


от «01» июля 2016 г. №\_783.

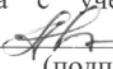
Разработчик: к.ф.н., доцент Ашурбекова Т.И.

Рабочая программа дисциплины одобрена:  
на заседании кафедры английской филологии от «26» января 2017 г.,  
протокол № 6

Зав. кафедрой  Кадачиева Х.М.  
(подпись)

на заседании Методической комиссии факультета иностранных языков от  
«20» февраля 2017 г., протокол №6.

Председатель  Дарбишева Х.А.  
(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим  
управлением «14» 03 2017 г.   
(подпись)

### Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Язык делового общения» входит в вариативную часть образовательной программы магистратуры, по направлению 45.04.02 Лингвистика (Перевод и переводоведение).

Дисциплина реализуется на факультете иностранных языков кафедрой английской филологии.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с развитием умений в области устных и письменных бизнес коммуникаций на английском языке.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: ОПК-5, ОПК-9, ОПК-11.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: *практические занятия*.

Рабочая программа дисциплины предусматривает следующие виды контроля успеваемости: опрос, коллоквиум, тестирование, портфолио (письменные работы), презентация, веб-квест, а также промежуточный контроль в форме зачета в 11 семестре.

Объем дисциплины 2 зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий.

Семес тр	Учебные занятия				СРС, в том числе экза мен	Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференциро ванный зачет, экзамен
	в том числе					
	Контактная работа обучающихся с преподавателем					
	Все го	из них				
Лекц ии		Лаборатор ные занятия	Практические занятия			
11	72			20	52	11 семестр - зачет

#### 1.1. Цель освоения дисциплины «Язык делового общения»

Целью освоения дисциплины «Язык делового общения» являются развитие у обучающихся способности осуществлять эффективный межкультурный диалог в деловой среде.

#### 1.2. Место дисциплины «Язык делового общения» в структуре ООП магистратуры

Данная учебная дисциплина входит в вариативную часть ФГОС ВО по направлению подготовки ВО 45.04.02 – «Лингвистика» (профиль «Перевод и переводоведение» и является обязательной для изучения.

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные у обучающихся в результате освоения следующих дисциплин ООП бакалавра по направлению «Лингвистика»: «Практикум культуры речи первого иностранного (английского) языка», «Язык СМИ», «Введение в межкультурную коммуникацию», «Стилистика первого иностранного (английского) языка».

#### 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения) .

Компетенции	Формулировка компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)
<b>ОПК-5</b>	владение официальным,	<b>Знать:</b> лексико-грамматические

	нейтральным и неофициальным регистрами общения	<p>особенности официального, нейтрального и неофициального регистров общения</p> <p><b>Уметь:</b> пользоваться официальным, нейтральным и неофициальными регистрами общения в устной и письменной формах в ситуациях, типичных для бизнес коммуникаций</p> <p><b>Владеть:</b> стратегиями равностатусной и разностатусной межкультурной коммуникации с соблюдением официального, нейтрального и неофициального регистров общения, технологиями контактного и дистантного взаимодействия</p>
<b>ОПК – 9</b>	готовность преодолевать влияние стереотипов и осуществлять межкультурный диалог в общей и профессиональной сфере общения	<p><b>Знать:</b> особенности вербального и невербального поведения представителей различных культур, причины возникновения коммуникативных сбоев при межкультурной коммуникации</p> <p><b>Уметь:</b> преодолевать влияние стереотипов и осуществлять межкультурный диалог в профессиональной сфере общения</p> <p><b>Владеть:</b> стратегиями разрешения коммуникативных конфликтов при межкультурной коммуникации в деловой сфере</p>
<b>ОПК -11</b>	способность создавать и редактировать тексты профессионального назначения	<p><b>Знать:</b> лексико-грамматические, стилистические и жанровые особенности устных и письменных деловых коммуникаций</p> <p><b>Уметь:</b> создавать и редактировать тексты различных жанров устного и письменного межличностного и публичного делового общения.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками создания текстов деловой направленности с учетом ее языковой, предметной и деятельностной форм, принимая во внимание стереотипы мышления и речевого поведения в культуре</p>

**4. Объем, структура и содержание дисциплины.**

4.1. Объем дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часов.

4.2. Структура дисциплины.

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	11 Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Контроль самост. раб.		
<b>Модуль 1.</b>									
1	Модуль 1. Устные бизнес коммуникации		8-13		12			24	Опрос, коллоквиум, презентация, тестирование, веб-квест
	<i>Итого по модулю 1:</i>	36			12			24	
<b>Модуль 2.</b>									
4	Модуль 2. Письменные бизнес коммуникации		14-17		8			28	Опрос, коллоквиум, тестирование, портфолио
	<i>Итого по модулю 3:</i>	36			8			28	
	<b>ИТОГО:</b>	72			20			52	

**4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).****Раздел (модуль) 1. Устное деловое общение**

*Форматы делового общения.* Составляющие успешного делового общения. Межкультурные различия в деловом общении. Особенности делового общения в официальной и неофициальной обстановке. Речевой этикет. Региональное варьирование в деловом общении на английском языке. Межкультурная составляющая в деловом общении.

*Публичное выступление как жанр делового общения.* Информационная речь. Приветственная речь. Торговая речь. Этапы подготовки и проведения публичного выступления. Докоммуникативный этап: определение темы и цели выступления, оценка аудитории и обстановки, подбор материала, создание текста и презентации, репетиция. Коммуникативный: выступление, ответы на вопросы, ведение полемики. Установление контакта с аудиторией, его приемы: вопросно-ответный прием, переход от монолога к диалогу, прием создания проблемной ситуации, прием новизны информации, опора на

личный опыт, использование юмора, краткое отступление от темы. Средства невербальной коммуникации. Поза, жесты, мимика выступающего.

Посткоммуникативный этап: анализ речи.

*Правила подготовки презентации:* количество и оформление слайдов, выбор шрифта, синтаксические особенности текста, структура презентации .

Анализ публичного выступления. Схема анализа публичного выступления. Коллективный разбор выступлений сокурсников. Письменные отзывы о выступлениях.

*Служебный диалог.* Типы речевых актов в деловом общении: вопрос, побуждение, сообщение. Закрытые, открытые, риторические вопросы, вопросы для обдумывания, переломные вопросы. Методы убеждения собеседника: ссылка на авторитеты, сравнения из области хорошо знакомой собеседнику, условное согласие, перефразирование, метод «да – но», принятие замечания, доказательство бессмысленности. Психологические типы собеседников. Невербальные средства делового общения. Пространственные нормы делового общения. Служебный телефонный разговор. Техника речи в разговоре по телефону. Правила ведения телефонного разговора.

*Интервью при приеме на работу.* Подготовка к интервью. Правила поведения на собеседовании. Самопрезентация. Внешний вид.

*Виды переговоров, правила их ведения.* Этапы подготовки и проведения переговоров. Докоммуникативный этап: сбор информации, определение целей и задач, определение времени и места встречи, участников делегации. Коммуникативный этап: представление сторон друг другу, изложение проблем и целей, анализ проблемы, диалог участников, аргументация вариантов решений, подведение итогов и принятие решений, составление проекта документов. Посткоммуникативный этап: анализ переговоров. Языковая составляющая успешных переговоров: способы привлечения внимания, проверка адекватности понимания, подытоживание достигнутых договоренностей, — смягчение высказывания. Учет культурных различий при подготовке и ведении переговоров.

*Интервью.* Цели и задачи общения с представителями прессы. Этапы данного вида коммуникации. Докоммуникативный этап: определение (совместно с интервьюером) круга проблем разговора, подготовка ответов на предполагаемые вопросы, изучение информации о журналисте. Коммуникативный этап: приветствие, установление контакта; ответы на вопросы интервьюера, прощание и благодарность за интересные вопросы. Посткоммуникативный этап: анализ интервью. Правила для интервьюируемых.

*Пресс-конференция.* Специфика пресс-конференции как вида делового общения. Подготовка к пресс-конференции. Составление заявления для прессы. Общение с журналистами после пресс-конференции.

## **Раздел (модуль) 2. Письменные бизнес-коммуникации**

*Форматы, правила письменного делового общения.* Язык письменного делового общения.

*Виды деловых писем.* Структура делового письма. Язык и стиль делового письма, Типичные клише. Письмо-запрос и ответ на запрос, письмо-заказ, рекламации. Электронная почта: формат, стиль, типичные клише.

*Резюме.* Цель составления резюме, его структура и язык. Структура, содержание и язык сопроводительного письма.

*Аннотирование, резюмирование и реферирование качественной прессы (КП).*

Определение КП. Словарный состав КП: общеупотребительная и деловая лексика, термины, имена собственные. Стилистические особенности КП: метафора, игра слов, аллюзия, цитация, неологизмы, роль повтора в извлечении информации. Концептуальный и лингвистический аспект публикаций в КП, их совпадения и расхождения. Синтаксические особенности языка КП: широкоупотребительные грамматические конструкции, синтаксическая конвергенция, сегментация структуры предложения, актуальное членение. Когезия и когерентность в КП.

Способы компрессии текста при резюмировании, аннотировании,

реферировании КП. Языковые клише, используемые при компрессии текста.

## 5. Образовательные технологии

Специфика дисциплины «Язык делового общения» предполагает преобладание проблемно-речевых, творческих упражнений и заданий над чисто лингвистическими, репродуктивно-тренировочными, использование аутентичных ситуаций общения, развитие умений спонтанного реагирования в процессе коммуникации, формирование психологической готовности к реальному иноязычному общению в различных ситуациях делового общения. Предполагается широкое использование интерактивных форм проведения занятий: дискуссий, деловых и ролевых игр, разбора ситуаций (case study), мозгового штурма и других инновационных форм обучения. Необходимостью является внедрение технологий Web 2.0 в систему аудиторной и самостоятельной работы магистрантов: работа с образовательным блога преподавателя, ведение совместного блога обучающихся, подкастинг, веб-квесты и др.

## 6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

### 6.1. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

Особое место в освоении данной дисциплины занимает самостоятельная работа студентов (СРС) общим объемом 52 часа.

На самостоятельную работу по Разделу 1 выносятся теоретические аспекты предлагаемых тем, которые следует изучить по источникам на русском и английском языках, знакомство с образцами устных деловых коммуникаций, а также подготовка публичного выступления (приветственная речь) и презентаций двух видов: Explaining a visual, A problem from your area of studies.

На самостоятельную работу по Разделу 2 выносятся теоретические аспекты предлагаемых тем, которые следует изучить по источникам на русском и английском языках, знакомство с образцами письменных деловых коммуникаций, а также письменные задания: 1) составление резюме и сопроводительного письма при приеме на работу; 2) деловых писем (запрос, рекламация, благодарственное письмо), 3) обзора прессы.

№ п/п	Виды и содержание самостоятельной работы	Вид контроля	Учебно-методическое обеспечение
1.	Изучение теоретических аспектов предлагаемых тем по источникам на русском и английском языках, знакомство с образцами устных деловых коммуникаций. Подготовка публичного выступления (приветственная речь) и презентаций двух видов: Explaining a visual, A problem from	Опрос, коллоквиум, презентация, тестирование, веб-квест	Овчинников И.М., Лебедева В.А. The Course of Business English for the Linguistic Department. – М., 2010. - [Электронный ресурс]. URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&amp;id=90921&amp;sr=1">http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&amp;id=90921&amp;sr=1</a> Шпилея Е.А. Дидактические материалы для самостоятельной работы по курсу Business English («Деловой английский язык»): учебное пособие. – СПб, 2015. - [Электронный ресурс]. URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&amp;id=438772&amp;sr=1">http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&amp;id=438772&amp;sr=1</a> Азизова М.А. Types of speeches and presentations. – Махачкала: ИПЦ ДГУ, 2005

	your area of studies. Подготовка к пресс-конференции, интервью при приеме на работу, переговорам. Работа с подкастами, веб-квест.		Подборка мультимедийных и текстовых материалов по курсу Business English - [Электронный ресурс]. URL: - <a href="http://tiashija.blogspot.ru/search/label/BusinessEnglish">http://tiashija.blogspot.ru/search/label/BusinessEnglish</a>
2.	Изучение теоретических аспектов предлагаемых тем, по источникам на русском и английском языках, знакомство с образцами письменных деловых коммуникаций. Письменные задания: 1) составление резюме и сопроводительного письма при приеме на работу; 2) составление деловых писем (запрос, рекламация, благодарственное письмо), 3) подготовка обзора прессы. Работа с подкастами, веб-квест.	Опрос, коллоквиум, тестирование, портфолио	Воскресенская Е.Г., Фрезе О.В. Деловой английский = Business English: Business Correspondence: деловая переписка. Учебное пособие. – Омск: ОГУ, 2012. - [Электронный ресурс]. - URL: - <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&amp;id=238159&amp;sr=1">http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&amp;id=238159&amp;sr=1</a> Шпиленя Е.А. Дидактические материалы для самостоятельной работы по курсу Business English («Деловой английский язык»): учебное пособие. – СПб, 2015. - [Электронный ресурс]. URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&amp;id=438772&amp;sr=1">http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&amp;id=438772&amp;sr=1</a> Malikova D., Malikova J. A practical English handbook for bachelor students. – Электронный ресурс. Режим доступа: <a href="http://www.ujaz.feec.vutbr.cz/texty/practical_english.pdf">http://www.ujaz.feec.vutbr.cz/texty/practical_english.pdf</a> Подборка текстовых и мультимедийных материалов к теме Business Correspondence: <a href="https://www.diigo.com/user/englec/BusinessLetters">https://www.diigo.com/user/englec/BusinessLetters</a>

## 6.2. Методические рекомендации

Самостоятельная работа студентов является важным компонентом образовательного процесса, формирующим личность студента, его мировоззрение и культуру профессиональной деятельности, способствует развитию способности к самообучению и постоянного повышения своего профессионального уровня.

Целью самостоятельной работы студентов является овладение теоретическими и практическими знаниями, профессиональными умениями и навыками по профилю изучаемой дисциплины, опытом творческой, исследовательской деятельности.

Самостоятельная работа студентов по функциональной грамматике английского языка способствует развитию умений и навыков говорения, письма, чтения и аудирования иноязычной информации, способности анализировать, делать выводы, отбирать и творчески использовать изучаемый материал; умения излагать собственные суждения и оценки, тренировать и развивать собственные навыки говорения и мышления на иностранном языке.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого студента, ее объем определяется учебным планом. Играя важную роль в усвоении материалов дисциплины,



самостоятельная подготовка студентов основывается на изучении и анализе материалов из основных и дополнительных литературных источников, выполнении ряда практических заданий, тестов.

Организирующую и координирующую функцию при выполнении данного вида деятельности выполняют контрольные вопросы и задания для самостоятельной работы, а также задания для контролируемой самостоятельной работы студентов, представленные в программе. Контроль выполнения заданий проводится на практических занятиях либо индивидуально.

Необходимыми условиями для самостоятельной работы студентов являются следующие:

1. Мотивация самостоятельной работы
2. Поэтапное планирование самостоятельной работы
3. Наличие и доступность необходимого учебно-методического материала
4. Консультационная помощь преподавателя
5. Система регулярного контроля качества выполненной самостоятельной работы.

Проверка контроля качества выполненной самостоятельной работы студента осуществляется на каждом занятии путем устного и письменного опроса, выполнения тестов, контрольных работ по изученному материалу. Регулярно проводятся письменные контрольные работы, позволяющие оценить степень усвоения студентами пройденного материала. Контроль за самостоятельной работой студентов рекомендуется проводить после изучения каждого модуля учебной программы.

Студент обязан посещать все практические занятия и активно включаться в работу в тех случаях, когда требуется обсудить то или иное грамматическое явление так как проблемный способ изучения материала способствует лучшему усвоению информации.

Студент должен самостоятельно изучить теоретический материал занятий, которые обсуждаются и объясняются в случае необходимости уже в присутствии преподавателя.

С целью достижения наибольшей эффективности учебные материалы по всем разделам (темам) курса представлены в рабочей программе дисциплины и снабжены дополнительно

вопросами для самоконтроля и тестовыми заданиями различного уровня сложности, позволяющими обучаемому самостоятельно определить уровень овладения той или иной темой дисциплины.

#### *Методика проведения контрольных мероприятий*

Промежуточный контроль осуществляется посредством тестирования студентов по изученным темам, благодаря контрольным работам согласно примерной тематике и структуре вопросов, которые представлены в разделе 7.3.

#### *Итоговый контроль проходит в 3 этапа:*

- Работа студента на практических занятиях;
- Письменный контроль, направленный на отслеживание уровня знания студентов.

Результаты данного мероприятия покажут и преподавателю и студентам их уровень готовности к экзамену.

- Устный контроль в виде экзамена по билетам, составленным с учетом тематики изученного материала в соответствии с теми дидактическими единицами, которыми по окончании курса должен овладеть студент, согласно государственному стандарту.

## **7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.**

### **7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.**

Компетенция	Знания, умения, навыки	Процедура оценивания
ОПК-5	<p><b>Знает:</b> лексико-грамматические особенности официального, нейтрального и неофициального регистров общения</p> <p><b>Умеет:</b> пользоваться официальным, нейтральным и неофициальным регистрами общения в устной и письменной формах в ситуациях, типичных для бизнес коммуникаций</p> <p><b>Владеет:</b> стратегиями равностатусной и разностатусной межкультурной коммуникации с соблюдением официального, нейтрального и неофициального регистров общения, технологиями контактного и дистантного взаимодействия</p>	Оцениваются в ходе опроса, коллоквиумов, тестирования, на основании подготовленных устных бизнес коммуникаций, веб-квестов, презентаций, портфолио
ОПК – 9	<p><b>Знает:</b> особенности вербального и невербального поведения представителей различных культур, причины возникновения коммуникативных сбоев при межкультурной коммуникации</p> <p><b>Умеет:</b> преодолевать влияние стереотипов и осуществлять межкультурный диалог в профессиональной сфере общения</p> <p><b>Владеет:</b> стратегиями разрешения коммуникативных конфликтов при межкультурной коммуникации в деловой сфере</p>	Оцениваются в ходе опроса, коллоквиумов, тестирования, на основании подготовленных устных бизнес коммуникаций, веб-квестов, презентаций, портфолио
ОПК-11	<p><b>Знает:</b> лексико-грамматические, стилистические и жанровые особенности устных и письменных деловых коммуникаций</p> <p><b>Умеет:</b> создавать и редактировать тексты различных жанров устного и письменного межличностного и публичного делового общения.</p> <p><b>Владеет:</b> навыками создания текстов деловой направленности с учетом ее языковой, предметной и деятельностной форм, принимая во внимание стереотипы мышления и речевого поведения в культуре носителей иностранного языка.</p>	Оцениваются в ходе опроса, коллоквиумов, тестирования, на основании подготовленных устных бизнес коммуникаций, веб-квестов, презентаций, портфолио

**7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.**

ОПК-5 Схема оценки уровня формирования компетенции «владеет особенностями официального, нейтрального и неофициального регистров общения»

Уровень	Показатели (что обучающийся должен продемонстрировать)	Оценочная шкала	
		Не зачтено	Зачтено
Продвинутый	Знает лексико-грамматические особенности официального, нейтрального и неофициального регистров общения; умеет пользоваться официальным, нейтральным и неофициальным регистрами общения в устной и письменной формах в ситуациях, типичных для бизнес коммуникаций; владеет стратегиями равностатусной и разностатусной межкультурной коммуникации с соблюдением официального, нейтрального и неофициального регистров общения, технологиями контактного и дистантного взаимодействия	Студент не представил предусмотренные индивидуальные работы (речь и презентацию, резюме, сопроводительное письмо, письмо-запрос, письмо-рекламацию, благодарственное письмо, обзор прессы), не принял участие в ролевых и деловых играх, либо продемонстрировал невладение официальным, нейтральным и неофициальным регистрами общения в деловой коммуникации; не прошел соответствующее тестирование	Студент представил все предусмотренные индивидуальные работы (речь и презентацию, резюме, сопроводительное письмо, письмо-запрос, письмо-рекламацию, благодарственное письмо, обзор прессы), принял участие в ролевых и деловых играх, продемонстрировав при этом владение официальным, нейтральным и неофициальным регистрами общения в равностатусной и разностатусной, контактной и дистантной деловой коммуникации; прошел соответствующее тестирование

ОПК-9

Схема оценки уровня формирования компетенции «готовность преодолевать влияние стереотипов и осуществлять межкультурный диалог в общей и профессиональной сфере общения»

Уровень	Показатели (что обучающийся должен продемонстрировать)	Оценочная шкала	
		Не зачтено	Зачтено
Продвинутый	Знает особенности вербального и невербального поведения представителей различных культур,	Студент не представил письменные работы, релевантные для оценки сформированности данной компетенции	Студент представил письменные работы, релевантные для оценки сформированности данной компетенции

	<p>причины возникновения коммуникативных сбоев при межкультурной коммуникации; умеет преодолевать влияние стереотипов и осуществлять межкультурный диалог в профессиональной сфере общения; владеет стратегиями разрешения коммуникативных конфликтов при межкультурной коммуникации в деловой сфере</p>	<p>(письма четырех видов и резюме), не принял участие в ролевых и деловых играх, либо не продемонстрировал умения избегать коммуникативных конфликтов и владения стратегиями их успешного разрешения; не прошел соответствующее тестирование</p>	<p>(письма четырех видов и резюме), принял участие в ролевых и деловых играх, тестировании, продемонстрировав при этом умение избегать коммуникативных конфликтов и владение стратегиями их успешного разрешения; прошел соответствующее тестирование</p>
--	--	--	---

ОПК- 11

Схема оценки уровня формирования компетенции «умеет создавать и редактировать тексты профессионального назначения»

Уровень	Показатели (что обучающийся должен продемонстрировать)	Оценочная шкала	
		Не зачтено	Зачтено
Продвинутый	<p>Знает лексико-грамматические, стилистические и жанровые особенности устных и письменных деловых коммуникаций, умеет создавать и редактировать тексты различных жанров устного и письменного межличностного и публичного делового общения, владеет навыками создания текстов деловой направленности с учетом ее языковой, предметной и деятельностной форм, принимая во</p>	<p>Студент не представил предусмотренные программой индивидуальные работы (речь и презентацию, резюме, сопроводительное письмо, письмо-запрос, письмо-рекламацию, благодарственное письмо, обзор прессы), не принял участие в ролевых и деловых играх, либо не продемонстрировал знания лексико-грамматических, стилистических и жанровых особенностей создаваемых и редактируемых устных и письменных текстов;</p>	<p>Студент представил все предусмотренные индивидуальные работы (речь и презентацию, резюме, сопроводительное письмо, письмо-запрос, письмо-рекламацию, благодарственное письмо, обзор прессы), принял участие в ролевых и деловых играх, продемонстрировав при этом знание лексико-грамматических, стилистических и жанровых особенностей создаваемых и редактируемых устных и письменных текстов;</p>

	внимание стереотипы мышления и речевого поведения в культуре носителей иностранного языка.	не соответствующее тестирование	прошел соответствующее тестирование
--	--	---------------------------------	-------------------------------------

Если хотя бы одна из компетенций не сформирована, то зачет по данной дисциплине не может выставлен.

### 7.3. Типовые контрольные задания

#### Test 1

#### Public Speaking

1. The ability to give a speech is one of the most valued business skills today. And yet most people say that giving a speech is their greatest fear. Below are 10 tips on how to overcome fear of public speaking. Match the tips with their explanations.

1. Expect to be nervous.	a. Know what you are going to say – and why you want to say it.
2. Prepare.	b. In the thirty seconds before you begin speaking, take three slow, deep breaths through your nose, filling your belly. As you breathe out, say silently to yourself, “Relax.”
3. Practice.	c. Make the audience your allies. Talk to individuals before your presentation to get to know them. Look them in the eye as you speak to them, one person at a time. When your audience sides with you, your job as a speaker becomes easier.
4. Breathe.	d. Even experienced speakers get nervous. Don't try to eliminate your jitters. Turn them into energy you can use to boost your delivery.
5. Rehearse.	e. Most speakers try to do too much in a speech. Then they worry about leaving something out or losing their train of thought. Aim, instead, to communicate one basic idea. Keep it short and simple.
6. Focus on your audience.	f. People won't see how nervous you are. (They can't tell if your palms are sweating or your knees are knocking or your heart is pounding.) So don't tell them. Smile. Stick your chest out. Look confident, even if you don't feel it.
7. Simplify.	g. Practice relaxation techniques in the days before your presentation. Lie down or sit

	comfortably in a quiet place. Breathe slowly. Close your eyes. Imagine your upcoming speaking engagement. Picture yourself speaking with confidence.
8. Visualize success.	h. Stand up and walk around as you practice out loud. Don't memorize your speech or practice it word for word. Talk it through, point by point. Imagine you're explaining your main ideas to a friend.
9. Connect with your audience.	i. Speak to supportive audiences in small forums where less is at stake – at a staff meeting or a PTA meeting. Join Toastmasters or take a Dale Carnegie course. Work with a coach.
10. Act confident.	j. Stage fright is rooted in self-preoccupation. (“How am I doing?” “Am I making any sense?”) Stop focusing on yourself. Focus, instead, on your audience. (“How are you?” “Are you getting this?” “Can you hear me?”)

**2. Which of the following is NOT good advice?**

**If your equipment breaks down when you are making a speech...**

- A** If at all possible, be prepared to replace key equipment on the spot.
- B** Focus on the audience and on your message, not on the problem. As you work on a solution, keep your audience involved. If you can't quickly resolve the problem, go on with your presentation as best you can.
- C** Bring handouts. Make copies of your slides to distribute as you speak, if necessary.
- D** Use humor to relieve audience tension. When her computer crashes, one speaker says, “A TV can insult your intelligence, but it takes a computer to make you feel like a total idiot.” Direct your humor at the situation or at yourself, never at another person.
- E** Ask someone to fix it and wait patiently.

**3. Which of the following is NOT a good tip on how to handle questions and answers?**

- a. Talk to the person asking the question.
- b. When answering a question begin by addressing the questioner, then turn to others in the audience. When you finish, look to some other part of the room and ask, “Who else has a question?”
- c. Be respectful: avoid sarcasm, criticism, or arrogance.
- d. Keep your sense of humor.
- e. Answer the question as directly and briefly as possible without being abrupt.
- f. Use your answers to reinforce your main points. Avoid making a presentation about a whole new subject.

- g. Don't be afraid to say, "I don't know." Ask for the person's business card and promise to get back to him or her with the answer.
- h. Postpone questions that require lengthy answers. Give a brief answer, admit that there's more to be said, and offer to discuss it more fully in private.
- i. Turn certain questions back on your audience, asking for their input.
- j. Retain control of the situation, deciding when to move on.

**4. Complete the following passage:**

<p>In formal <b>1</b>... or larger meetings it's often necessary — and helpful — to introduce the main speaker. With the right <b>2</b> ... , you can make the event more successful and establish your own <b>3</b> ... .</p> <p>An <b>4</b> ... serves two purposes:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. It acts as a bridge, a <b>5</b> ... from one part of a meeting to another. It gives the audience time to make a mental and emotional <b>6</b> ... .</li> <li>2. It prepares people for the speaker, heightening their sense of openness and <b>7</b> ... .</li> </ol> <p>Your task is to introduce the speaker, not to take center stage. The <b>8</b> ... is on you only for a moment so that you can shine it where it belongs: on the speaker.</p>	<p><b>A</b> introduction</p> <p><b>B</b> transition</p> <p><b>C</b> preparation</p> <p><b>D</b> anticipation</p> <p><b>E</b> gatherings</p> <p><b>F</b> professionalism</p> <p><b>G</b> shift</p> <p><b>H</b> spotlight</p>
--	---

**5. There are times — especially for leaders — when using PowerPoint in a speech makes little sense and may even be counterproductive. Here are seven times when it's better NOT to use PowerPoint:**

1. When you want to project a sense of leadership.
2. When you want to engage your audience's emotions and imaginations.
3. When you want (primarily) to connect with your audience.
4. When you want (primarily) to engage your audience's participation.
5. When you have limited preparation time.
6. When you have limited time to deliver your presentation.
7. When your audience suffers from PowerPoint fatigue.

**To which from 1 – 7 are A – G a comment?**

**A** Booting up your computer, loading PowerPoint, opening your file, connecting the projector, and troubleshooting the inevitable problems can take a lot of time.

**B** Using PowerPoint cues the audience to think of you as an instructor or a trainer — as someone whose primary goal is to convey information.

**C** The novelty of PowerPoint has worn off. People have been subjected to too many mediocre PowerPoint presentations. Slide after slide of bullet points. Cheesy graphics. Annoying special effects.

**D** Sometimes you're caught last minute with only a short time to pull together a presentation. You need to use what time you have to analyze your audience, strategize your presentation, and sketch out a rough outline.

**E** Once you start a PowerPoint presentation, your audience knows that you are planning to cover a predetermined amount of material. You have already set the content, scope, direction, and sequence of your presentation. They know their part is to sit back and observe.

**F** You want to look your audience in the eye and to say, in effect: "This is me. This is what I value. This is what I want of you."

**G** PowerPoint is best at displaying information, which appeals to people's rational minds.

**6. Karen Hughes is Marketing Director at a multinational consumer electronics firm. Choose the correct word from the list below to complete what she says.**

We are one of the world's .....<sup>1</sup> in consumer electronics, introducing new types of product that did not exist previously. However, where we are not first to the market with a new product-type, we look at the market .....<sup>2</sup>. If it looks good, we develop our own versions of the product. We usually test our offerings in focus .....<sup>3</sup> before .....<sup>4</sup> them on to the market, or, if there's not much time, we may just launch them, monitor market reaction and then modify them accordingly. We try to identify the different market .....<sup>5</sup>: groups of end-users with particular characteristics. We look at the marketing .....<sup>6</sup>. This includes the best way of distributing the product, deciding which .....<sup>7</sup> and retail .....<sup>8</sup> we are going to use. In the early stages, when the market is growing fast, it can be quite .....<sup>9</sup>: there are a lot of competitors, and the 'rules of the game' are not yet established. Later, when everyone who is going to buy the product has bought it, and the market is essentially one of replacement, there are usually fewer competitors and conditions are more .....<sup>10</sup>. Of course, we try to be among these surviving companies, preferably number one or number two in the market.

- |           |                       |                          |                         |                       |
|-----------|-----------------------|--------------------------|-------------------------|-----------------------|
| <b>1</b>  | <b>a)</b> beginners   | <b>b)</b> pioneers       | <b>c)</b> premiers      | <b>d)</b> starters    |
| <b>2</b>  | <b>a)</b> possible    | <b>b)</b> potency        | <b>c)</b> potential     | <b>d)</b> power       |
| <b>3</b>  | <b>a)</b> circles     | <b>b)</b> classes        | <b>c)</b> gatherings    | <b>d)</b> groups      |
| <b>4</b>  | <b>a)</b> casting     | <b>b)</b> lancing        | <b>c)</b> releasing     | <b>d)</b> throwing    |
| <b>5</b>  | <b>a)</b> sects       | <b>b)</b> segments       | <b>c)</b> selections    | <b>d)</b> sets        |
| <b>6</b>  | <b>a)</b> combination | <b>b)</b> miscellany     | <b>c)</b> mixture       | <b>d)</b> mix         |
| <b>7</b>  | <b>a)</b> immediacies | <b>b)</b> intermediaries | <b>c)</b> intermediates | <b>d)</b> intermezzos |
| <b>8</b>  | <b>a)</b> outcomes    | <b>b)</b> outflows       | <b>c)</b> outlets       | <b>d)</b> outpourings |
| <b>9</b>  | <b>a)</b> variety     | <b>b)</b> various        | <b>c)</b> vicarious     | <b>d)</b> volatile    |
| <b>10</b> | <b>a)</b> stability   | <b>b)</b> stable         | <b>c)</b> static        | <b>d)</b> stationary  |

**7. Use one of the prefixes, *out-*, *over-* or *under-*, with the correct form of the verb in brackets to complete each of the sentences below.**



- 1 Vickers has a good reputation for buying companies that are ..... (perform), turning them round, and bringing them back to profitability.
- 2 The Dome's operators ..... (estimate) the number of visitors: they forecast 10 million, but fewer than 7 million showed up.
- 3 Metro tried to buy Wertkauf, but was ..... (bid) by Wal-Mart.
- 4 Under the agreement, NCR will ..... (source) the manufacture of its computers to Solectron for at least five years.
- 5 We opened a chain of private nursery schools. We miscalculated our costs and ..... (charge) parents by maybe 25 per cent, which is one reason we became popular and successful.
- 6 There are some companies with big problems because they .....(extend) themselves in real estate.
- 7 He is a skilful politician who has ..... (manoeuvre) his rivals.
- 8 The government has ..... (run) its spending commitments by €1 billion.

**8. Look at the nouns below. Choose one verb which can't be used in collocation with each noun.**

- |                 |                |              |                |              |
|-----------------|----------------|--------------|----------------|--------------|
| 1) a suggestion | a) put forward | b) make      | c) reject      | d) do        |
| 2) a proposal   | a) accept      | b) agree     | c) consider    | d) make      |
| 3) an idea      | a) deny        | b) have      | c) put forward | d) suggest   |
| 4) a problem    | a) face        | b) deal with | c) make        | d) sort out  |
| 5) a decision   | a) come to     | b) do        | c) reach       | d) take      |
| 6) a solution   | a) put forward | b) look for  | c) work out    | d) deal with |

**9. Choose the best alternative from the words in brackets.**

- 1 Customers can ring freephone numbers from any of the nine European countries in which Gateway trades. They are answered in Dublin by a native or (*articulate/ fluent/persuasive*) speaker.
- 2 They are the literate, (*articulate /coherent/succinct*), middle-class professionals such as lawyers, academics, politicians and senior civil servants.
- 3 If you remember the 1960s, they say, you weren't there. Anita Pallenberg famously was there, but her recollections are amazingly detailed and (*hesitant/lucid/ responsive*).
- 4 If you feel (*coherent /eloquent /inhibited*) in the way you move and express yourself, going to a workshop with a trained dance therapist may provide the help you need.
- 5 Many chapters conclude with useful sources of further information, and there is even a (*eloquent/lucid/succinct*) but comprehensive glossary.
- 6 The government should be more (*articulate/fluent/responsive*) to people and less preoccupied with special interest groups.

**10. Match the beginnings of the sentences to their endings a)-g).**

- |   |   |
|---|---|
| 1 This mining area was incredibly   | a) disastrous', said one bank manager. 'It                        |
| 2 Bank deposits are disappearing as nervous investors send their money abroad. 'The situation is absolutely | b) badly hit by the closure of the mines, which cost 10,000 jobs. |
| 3 The organisation's systems have been  | c) stable, secure and hopeful.                                    |

- severely
- 4 The finance minister said the budget was totally
- 5 The new management techniques were found to be highly
- 6 Making films in Britain is unbelievably
- 7 The country's international position is now exceptionally
- d) difficult, but much easier than it was before.
- e) criticised by auditors, who found corruption and mismanagement.
- f) unrealistic, and a new budget will have to be presented to parliament next week.
- g) successful in 30% of companies and moderately successful in 45% of cases.

## Test 2 Business Dialogues

### 1. Complete the following passage with the words provided:

#### Resolving Conflict Made Quick and Easy!

*That's a contradiction in terms.* When I was a boy, my brother and I would get into arguments over some dumb thing or another. Rather than having us talk the **1** ... out, our Dad would make us put on boxing gloves, then take us out in the backyard where we would duke it out. Since I was three years older than my brother, I won every **2** ... .

In retrospect, I see that this was an absurd way to resolve a conflict. All we did was beat each other to a pulp with the last one standing being declared the "winner." Unfortunately, this is often how conflicts are resolved. The person with the bigger **3** ... wins, or the person who wants to avoid the perception of being on the receiving end of the "bigger punch" gives in or goes along to avoid the **4** ... . In either case, nothing is really resolved. There is no mutual **5** ... of ideas, no contribution, **6** ... , cooperation, or learning. There is only contention, confrontation, and **7** ... . In reality, both parties lose something.

We should realize that conflict is often the byproduct of being uniquely different—and we are all unique. We have different values, different experiences, different perceptions, likes and dislikes, tastes, and **8** ... . In essence, our differences present an opportunity to expand our perspective and our **9** ... . Unfortunately, we usually have a difficult time considering points of view that are not our own or that are outside the realm of our own experience. That's when the conflict shows up. The **10** ... you face when you encounter conflict is to accelerate through it. Only then you have an opportunity to resolve it.

- A punch
- B consequences.
- C issue
- D understanding
- E argument
- F biases
- G challenge
- H collaboration
- I compulsion
- J sharing

2. Read the passage above again. According to the author, which of the following is true?
- a. Conflicts are unavoidable.

- b. Resolving a conflict may be quick and easy.
- c. People tend to be self-centered in dealing with others.
- d. People can learn from conflicts.

**3. Supply the following text with subheadings.**

A Awareness B The magic of dialogue C Listening D Suspension  
 E Honesty and sincerity F Mutuality G Inquiry and Reflection  
 H A Safe Space I Growth through crisis J Identifying Assumptions

**General Guidelines for Dialogue**

**1 .....**: How do you listen? What does it mean to you to hear someone? In Dialogue you should listen to hear meaning emerge both from individuals and from the group. You need to listen for common assumptions and for the voices that question those assumptions.

In listening you let meaning unfold in the conversation as a whole. You will then hear the shared meaning that can evolve only when many individual meanings are shared and heard.

The Chinese character for listen contains the sub characters one heart, eye and ear- all of which you must use to truly listen. Listening is the first step in making dialogue effective.

**2 .....**: In dialogue you must speak the truth as you see it, be sincere. You have to assume that the other person is also sincere and telling the truth. This develops trust. You can then engage in dialogue with confidence.

**3 .....**: The capacity to see the living processes that underlies all things. It is to become aware of yourself and the impact you have - right in the moment it occurs. It includes letting go, or "suspending" your certainty, to see things from another point of view.

With awareness you can entertain multiple points of view at once, even if they are opposed or in contradiction with one another.

**4 .....**: Means that you stop your assumptions from interfering with your listening. You neither suppress what you think nor advocate it. In the words of Isaacs, you "change directions, stop, step back, see things with new eyes."

You allow differences to be present – not moving immediately to agreement or debate, but developing the skill for bridging across the diversity of opinions, assumptions, backgrounds and ideas.

The word suspend comes from the Latin root *suspendere*, which means "to hang below." It has to do with drawing out, or stretching. It refers to displaying your thinking in a way that lets you and others see and understand.

When you practice suspending your judgments, you learn to hold your opinions lightly. You consciously open yourself to hearing and understanding each person's point of view. You create a space between your judgments and your reactions so that you can hear the other person in a new way. This is key to building a climate of trust and safety in a group.

**5 .....**: Your assumptions play a large part in how you view the world and behave towards others. Yet assumptions are often invisible. Your assumptions are so habituated that you "know" the world agrees with them.

**6 .....**: When you are unclear about what someone means, you ask a question. In Dialogue the intent of questions is twofold. One purpose is to draw the other out in a safe and supportive way. More importantly, questions allow for digging deeply into ideas and perspectives that are novel.

Questions can give room for reflection and develop the understanding of the entire group. Questions should never belittle or criticize. They are instead a way to learn and understand.

Learning to identify our assumptions allows us to see the world in a new light. By identifying your assumptions you learn to build common ground and consensus. You learn to respect others and their contributions, regardless of the fact that these contributions may contradict things you have long held to be true.

**7 .....**: In dialogue, there is a mutual search for understanding. Each regards the other as a partner in a shared inquiry. You see your partner in conversation as someone whose point of view is valued, someone with whom to explore the familiar and develop the new.

You are open to the possibility that the meanings of one may cause those of the other to be revised or changed. The conversation develops together. Yet, everyone is individually responsible for whatever they feel is needed and relevant.

**8 .....**: You can't change human behavior by command, resolve, or even good intentions. But you can create a safe, holding environment for a group of people. When people feel safe, they can be more aware of their thinking, their conversations, their interrelationships, and their potential for better action. This is what Isaacs calls "a strong container."

**9 .....** : As you address difficult issues, the crises that break out are essential parts of your development. You learn from them and build with them. You need to stay with the dialogue until a new level of understanding develops.

**10 .....**: occurs when a group wanders into new territory - discovers new meaning - that can only be discovered by the entire group. This is meaning that no individual formed alone - rather it flows from the group as a whole. For the group, this can be a powerful experience because it is the creation of shared meaning. Creating shared meaning is a step toward creating community and working collaboratively.

#### **4. Complete the following passage:**

Giving *unsolicited* advice is what causes problems. Advice is necessarily preceded by a judgment or evaluation—which is based on our interpretation of the situation. Although you may sincerely intend to help or assist someone, giving unsolicited advice sends a variety of underlying messages which are all based on assumptions, and which are almost always perceived as negative. As a result, advice often comes across as judgmental, authoritative, or self-serving:

- When we give unsolicited advice, the **judgmental** assumption is, 1 .....
- The **authoritative** assumption is, 2 .....
- The **self-serving** assumption is, 3 .....

I once worked in an office where one of our co-workers took it upon herself to give us advice about every aspect of our lives. In an attempt to silence her once and for all, we decided to go out of our way to solicit her advice on absolutely everything. About a month later, she had in fact stopped giving unsolicited advice. Asking her for advice clearly communicated to her that she and her opinions were valued. Once she recognized that, she no longer felt the need to constantly offer unsolicited advice.

A "I know better than you," or "I know and you don't, so I have to tell you."

B "I need to give you the benefit of my advice to validate or to prove to myself how smart I am."

C "You can't figure this out on your own," or "I don't trust you to figure it out."

**5. Which of the following is NOT a good suggestion?**

Here are some suggestions for making your advice work.

A Don't interpret rhetorical questions as a request for advice.

B Ask for permission to give advice.

C If you sincerely intend to help or assist someone, do not hesitate to give advice.

D Listen, listen, and listen! "

E Be honest.

F Offer to assist, not insist.

G Allow people decide for themselves.

**6. Choose the best title for each paragraph about negotiations:**

1. Look for ways of "expanding the pie".

2. Be ready to explore as many variables as possible.

3. Know your minimum acceptable offer.

4. Start with easier points and leave the difficult ones for last.

a) You must know how much you can give up and what conditions you can accept. It is essential that you examine many various combinations of variables to be dealt with in the negotiation process. These variables may include price, delivery conditions, quantity, credit terms or date.

b) Creative negotiators can work out new opportunities that benefit both parties. In the ideal situation the opponents achieve their objectives and none of them has to make a considerable concession. You can argue about how to divide the market or you can work together and expand it in such a way that each party has a substantial share.

c) Having dealt with the easier issues in a successful way negotiators are more optimistic. This positive attitude makes it easier to deal with the harder matters.

d) Increasing the number of variables makes it easier to work out a compromise. Whenever a car dealer does not want to give up the price of a car, he will think about alternative incentives for the client, such as equipping the car with a better radio or tyres.

**7. Decide which sentences match each negotiation style.**

- |                         |  |
|-------------------------|--|
|                         | a) Small business owners had no choice but to accept the price quoted by the large corporation.                        |
| 1) Win-win negotiation  | b) The question of price proved to be a stumbling block and both parties came back from the negotiations empty-handed. |
| 2) Win-lose negotiation | c) After some haggling both parties achieved their most  |

- 3) Lose-lose negotiation
- 4) Neither negotiator knew the needs of the other party and ended up making unnecessary concessions.
- e) Having worked out this creative solution neither party had to make any unwelcome concessions.
- f) There was no room for bargaining – we had to accept the conditions dictated by the owners of the platinum mine.

**8. Match the tips for people doing business abroad and the names of countries they apply to.**

- |                 |   |
|-----------------|---|
| 1) Singapore    | a) Punctuality is very important. Arriving a few minutes early is advisable. Talking with hands in pockets is considered rude.                                      |
| 2) China        | b) Strong and direct eye contact can be misinterpreted as an attempt to intimidate the speaker.   |
| 3) Saudi Arabia | c) Remember that the O.K. gesture is considered obscene.  |
| 4) USA          | d) Give your host a firm handshake and maintain direct eye contact.   |
| 5) Spain        | e) Present your business card with your right hand only because the left hand is considered unclean. Remember that showing the bottom of the foot is very impolite. |
| 6) Germany      | f) Remember about <i>Guanxi</i> , which means ‘relationships’. Build a relationship before talking business.  |

**9. Match each of the words in the list with its definition:**

- |                  |                                      |
|------------------|--------------------------------------|
| a. cancel        | 1. arrange a meeting                 |
| b. postpone      | 2. find another time for the meeting |
| c. bring forward | 3. hold the meeting later            |
| d. cut short     | 4. hold the meeting sooner           |
| e. fix up        | 5. hold a longer meeting             |
| f. extend        | 6. finish the meeting earlier        |
| g. reschedule    | 7. not hold the meeting at all       |

**10. Choose the request which is more appropriate for each situation.**

1. Ask a close colleague to give you the phone number of a hotel he knows.
  - a) Can you give me the phone number?
  - b) I wonder if you could give me the phone number?
2. Ask your manager to read a report you wrote before you send it to a client.
  - a) Would you mind reading this report before I send it?
  - b) Can you read this report before I send it?
3. Ask the sales representative from the supplier to send you a brochure.
  - a) Could you send me a brochure?
  - b) Would you mind sending me a brochure?
4. Ask a client to return a document to you – unfortunately there is a mistake in it.
  - a) Please return the document to us as soon as possible.
  - b) Could you please return the document to us so that we can correct it? Many thanks.
5. You are going to visit a new client; ask them to send you directions to their office.
  - a) I wonder if you could send me some directions to your office?
  - b) Can you send me the directions to your office?
6. You want to attend a conference in the US. Ask a senior manager to authorize the expenditure.

- a) Would you please authorize the expenditure?
- b) I'd really appreciate it if you could authorize this expenditure.

#### **7.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.**

##### **Текущий контроль**

##### **Оценивается:**

**В устных заданиях:** фонетическая и грамматическая правильность речи, ее лексическая составляющая (уровень С1 по Общеввропейской шкале), соблюдение норм речевого этикета, регистров коммуникации, учет ее межкультурной и жанровой составляющей, полнота решения коммуникативной задачи;

**В письменных заданиях:** грамматическая правильность речи, соответствие ее лексического наполнения уровню С1 по Общеввропейской шкале уровней владения иностранными языками, соблюдение норм речевого этикета, регистров коммуникации, учет ее межкультурной и жанровой составляющей, адекватность оформления письменных произведений, полнота решения коммуникативной задачи.

Изучение курса языка делового общения завершается зачетом.

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

##### *Основная литература*

1. Воскресенская Е.Г., Фрезе О.В. Деловой английский = Business English: Business Correspondence: деловая переписка. Учебное пособие. – Омск: ОГУ, 2012. - [Электронный ресурс]. - URL: – [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=238159&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=238159&sr=1)
2. Овчинников И.М., Лебедева В.А. The Course of Business English for the Linguistic Department. – М., 2010. - [Электронный ресурс]. URL: – [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=90921&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=90921&sr=1)
3. Шпиленя Е.А. Дидактические материалы для самостоятельной работы по курсу Business English («Деловой английский язык»): учебное пособие. – СПб, 2015. - [Электронный ресурс]. URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=438772&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=438772&sr=1)

##### *Дополнительная литература*

1. Азизова М.А. Types of speeches and presentations. – Махачкала: ИПЦ ДГУ, 2005
2. Подборка мультимедийных и текстовых материалов по курсу Business English - [Электронный ресурс]. URL: – <http://tiashija.blogspot.ru/search/label/BusinessEnglish>
3. Подборка текстовых и мультимедийных материалов к теме Business Correspondence: <https://www.diigo.com/user/englec/BusinessLetters>

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

##### **Интернет-сайты**

1. <http://busyteacher.org/7275-business-english-teachers-top-10-sites.html> - десять лучших образовательных сайтов для преподавателей Business English. Многие

из них содержат полезный материал для самостоятельной работы студентов по курсу.

2. <http://www.businessenglishsite.com/> - сайт для изучающий деловой английский язык. Имеется раздел General Business English, а также Business English по областям, раздел грамматики, тесты.
3. <http://www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish/general/> - образовательный сайт BBC, содержит подборку подкастов по Business English.
4. <http://www.businessenglishresources.com/> - богатая подборка материалов (лексических, грамматических и иных) для изучающих деловой английский язык

#### **10. Методические указания студентам магистратуры**

Для успешного освоения материала курса и приобретения соответствующих навыков и умений рекомендуется знакомство с большим количеством аутентичных образцов устных и письменных деловых и профессиональных коммуникаций, их подробный языковой анализ. Для решения этой задачи рекомендуется не только использование соответствующей литературы, но и ресурсов интернета, в особенности тех, которые разработаны (и постоянно обновляются) специально для обучения языку делового и профессионального общения. Особое внимание следует обратить на то, как в устном и письменном деловом общении проявляются межкультурные различия коммуникантов.

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

- информационно-поисковые и справочные системы Интернета;
- интернет платформы для размещения собственного образовательного контента (Web 2.0);
- электронные словари;
- Microsoft Office.

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

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используются:

- компьютерные классы факультета иностранных языков (36 рабочих мест), подключенные к сети интернет;
- учебные аудитории с презентационным оборудованием;
- учебные книги: учебники, учебно-методические пособия, словари, справочники; периодика;
- наглядные пособия: карты;
- учебная мебель и приспособления.