

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

Федеральное государственное

Должность: Ректор

Дата подписания: 13.08.2021 11:29:07

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ

Начальник отдела лицензирования и аккредитации



Чаленко К.Н.

« 04 » 06 2020 г.

**Рабочая программа дисциплины
Деловой иностранный язык**

по профессионально-образовательной программе направления 39.03.03 "Организация работы с молодежью"

Для набора 2018 года

Квалификация
Бакалавр

КАФЕДРА

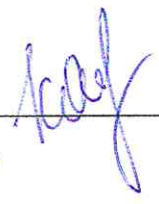
Иностранные языки для экономических специальностей


Распределение часов дисциплины по курсам


Курс Вид занятий	3		Итого	
	уп	рп		
Практические	16	16	16	16
Итого ауд.	16	16	16	16
Контактная работа	16	16	16	16
Сам. работа	443	443	443	443
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	468	468	468	468

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 25.02.2020 протокол № 8.

Программу составил(и): к.ф.н., доцент, Казанская Е.В.; ст. преп., Козубенко А.Е. 

Зав. кафедрой: к.филол.н., доц. Казанская Е.В. 

Методическим советом направления: д.э.к.н., проф., Костоглодов Д.Д. 

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- 1.1 Целью освоения дисциплины "Деловой иностранный язык" является формирование компетенции необходимой для коммуникации в устной и письменной формах на иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, в том числе посредством современных информационных технологий.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОК-5: способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- фонетические, лексические и грамматические явления изучаемого иностранного языка, позволяющие использовать его как средство личностной коммуникации;
- социокультурную сферу родной страны и страны изучаемого языка;
- основные закономерности взаимодействия человека и общества;
- лексические и грамматические структуры изучаемого языка;
- правила чтения и словообразования; правила оформления устной монологической и диалогической речи;
- не менее 3000 лексических единиц, из них не менее 1500 активно

Уметь:

- системно анализировать информацию и выбирать образовательные концепции;
- применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня;
- использовать теоретические знания для генерации новых идей;
- воспринимать смысловую структуру текста; выделять главную и второстепенную информацию;
- логически верно, аргументировано выражать свои мысли в устной и письменной форме;
- понимать смысл основных частей диалога и монолога;
- воспроизводить текст по ключевым словам или по плану; задавать и отвечать на вопросы;
- применять знания иностранного языка для осуществления межличностного общения, читать литературу и анализировать полученную информацию;
- переводить тексты общегуманитарной направленности (без словаря);
- составлять тексты на иностранном языке

Владеть:

- навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном общении на иностранном языке на продвинутом уровне (B2);
- навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии; навыками письменной речи;
- основными навыками извлечения главной и второстепенной информации;
- навыками приобретения, использования и обновления гуманитарных, знаний;
- навыками письменной и устной речи на иностранном языке;
- навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста;
- способами ориентирования в источниках информации (журналы, сайты, образовательные порталы и т.д.);

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	Раздел 1. Бренды. Деловые поездки				
1.1	1.1 Бренды. Лексические единицы по теме "Бренды". Чтение: Аутсорсинг. Грамматика : настоящее простое и настоящее продолженное время. Письмо: написание электронного письма /Пр/	3	4	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.2
1.2	Правила употребления настоящего простого и продолженного времени. Реферирование статьи. Работа с базой данных Cambridge Dictionary /Ср/	3	26	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3
1.3	1.2 Деловые поездки. Лексические единицы по теме. Чтение: Авиапутешествия. Грамматика: время в значении будущего. Письмо: написание письма-запроса. /Ср/	3	20	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3
1.4	Правила употребления времен в значении будущего. Реферирование статьи в журнале American Journal of Economics and Control Systems Management. Работа с базой данных Cambridge Dictionary. /Ср/	3	26	ОК-5	Л1.3Л2.2 Л2.4
1.5	Подготовка доклада с презентацией в Microsoft Office /Ср/	3	30	ОК-5	Л1.1Л2.4

	Раздел 2. Структура организаций и их реструктуризация				
2.1	2.1 Структура организации. Лексические единицы: коллокации. Чтение: Гибкость на рабочем месте. Грамматика: Притяжательный падеж. Письмо: написание отчета /Пр/	3	4	ОК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3
2.2	Правила формирования и употребления притяжательного падежа. Реферирование статьи в журнале American Journal of Economics and Control Systems Management . Работа с базой данных Cambridge dictionary. /Ср/	3	26	ОК-5	Л1.1Л2.3 Л2.4
2.3	2.2 Реструктуризация компании. Лексические единицы по теме "Изменения". Чтение: изменения в розничной торговле. Грамматика: настоящее совершенное и простое время. Письмо: написание протокола заседания /Ср/	3	20	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3
2.4	Правила употребления настоящего совершенного и прошедшего простого времен. Реферирование статьи в журнале American Journal of Economics and Control Systems Management. Работа с базой данных Cambridge dictionary. /Ср/	3	26	ОК-5	Л1.2Л2.3 Л2.4
2.5	Подготовка доклада с презентацией в Microsoft Office. /Ср/	3	30	ОК-5	Л1.1Л2.2
	Раздел 3. Инвестиции, реклама и деловая культура				
3.1	3.1 Инвестиции и финансы. Лексические единицы по теме инвестиции. Чтение: финансовые отчеты. Грамматика: описание трендов. Письмо: написание письма с рекомендациями. /Пр/	3	4	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3
3.2	Правила употребления глаголов с послелогам. Реферирование статьи в журнале American Journal of Economics and Control Systems Management. Работа с базой данных Cambridge Dictionary /Ср/	3	18	ОК-5	Л1.1Л2.3 Л2.4
3.3	3.2 Реклама. Лексические единицы по теме рекламы. Чтение: Успешные рекламные акции. Грамматика: определенный и неопределенный артикли. Письмо: написание аннотации /Ср/	3	20	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3
3.4	Правила употребления артиклей. Реферирование статьи в журнале American Journal of Economics and Control Systems Management. Работа с базой данных Cambridge dictionary /Ср/	3	20	ОК-5	Л1.1Л2.3 Л2.4
3.5	3.3 Деловая культура. Лексические единицы: идиомы о деловых отношениях. Чтение: советы по ведению международного бизнеса. Грамматика: модальные глаголы долженствования. Письмо: написание письма о деталях предстоящего визита. /Ср/	3	18	ОК-5	Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3
3.6	Правила употребления модальных глаголов долженствования. Реферирование статьи в журнале American Journal of Economics and Control Systems Management. Работа с базой данных Cambridge dictionary. /Ср/	3	26	ОК-5	Л1.1Л2.1 Л2.4
3.7	Подготовка доклада с презентацией в Microsoft Office /Ср/	3	30	ОК-5	Л1.2 Л1.3Л2.2
	Раздел 4. Рынок труда и глобализация				
4.1	4.1 Рынок труда. Лексические единицы по теме найм персонала. Чтение: Поддержка высококвалифицированного персонала. Грамматика: Косвенные вопросы. Письмо: написание письма о предложении работы. /Пр/	3	4	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3
4.2	Правила формирования косвенных вопросов. Реферирование статьи в журнале American Journal of Economics and Control Systems Management. Работа с базой данных Cambridge Dictionary. /Ср/	3	26	ОК-5	Л1.1Л2.3 Л2.4
4.3	4.2 Глобализация. Лексические единицы по теме международная торговля. Чтение: Честные торговые отношения. Грамматика: условные предложения. Письмо:написание письма по обсуждению контрактов. /Ср/	3	25	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2
4.4	Правила употребления условных предложений. Реферирование статьи в журнале American Journal of Economics and Control Systems Management. Работа с базой данных Cambridge Dictionary. /Ср/	3	26	ОК-5	Л1.1Л2.1 Л2.4
4.5	Подготовка доклада с презентацией в Microsoft Office /Ср/	3	30	ОК-5	Л1.2 Л1.3Л2.2 Л2.4

4.6	/Экзамен/	3	9	ОК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
-----	-----------	---	---	------	---

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Коттон Д., Фалфи Д., Кент С.	Лидер рынка: сред. повыш. уровень : бизнес- курс для студентов	[Б. м.]: Financial times, 2005	44
Л1.2	Слепович, В. С.	Деловой английский язык = Business English: учебное пособие	Минск: ТетраСистемс, 2012	http://www.iprbookshop.ru/28070.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.3	Бедрицкая Л. В., Василевская Л. И., Борисенко Д. Л.	Деловой английский язык: учебное пособие	Минск: Тетралит, 2014	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572790 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Эммерсон П.	Построй свою бизнес-грамматику	Оксфорд: Macmillan Heinemann, 2006	213
Л2.2	Шпиленья Е. А.	Дидактические материалы для самостоятельной работы по курсу «Business English» («Деловой английский язык»): учебное пособие	Санкт-Петербург: Институт специальной педагогики и психологии, 2015	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438772 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3	Симхович, В. А.	Практическая грамматика английского языка = Practical English Grammar: учебное пособие	Минск: Вышэйшая школа, 2014	http://www.iprbookshop.ru/35529.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.4		American Journal of Economics and Control Systems Management	, 2013	http://www.iprbookshop.ru/43372.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Консультант +

Cambridge Dictionary <https://dictionary.cambridge.org/ru/>

5.4. Перечень программного обеспечения

Microsoft Office

5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Помещения для проведения всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ОК-5 - способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия			
<p>Знание:</p> <ul style="list-style-type: none"> -фонетические, лексические и грамматические явления изучаемого иностранного языка, позволяющие использовать его как средство личной коммуникации; - социокультурную сферу родной страны и страны изучаемого языка; - основные закономерности взаимодействия человека и общества. - лексические и грамматические структуры изучаемого языка; правила чтения и словообразования; правила оформления устной монологической и диалогической речи - не менее 3000 лексических единиц, из них не менее 1500 активно 	<p>Переводит слова с русского на английский и с английского на русский, правильно произносит слова, с правильной интонацией читает текст вслух, грамматически и лексически правильно формирует предложения</p>	<p>Полнота и содержательность ответа, правильность перевода, употребления лексических единиц и грамматических конструкций, соблюдение интонационных форм в соответствии с заданной коммуникативной ситуацией.</p>	<p>Устный опрос (вопросы 2 и 3 в каждом разделе), Вопросы к экзамену (часть 1 (тексты 1-5))</p>
<p>Умение:</p> <ul style="list-style-type: none"> - системно анализировать информацию и выбирать образовательные концепции; - применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня; - использовать теоретические знания для генерации новых идей - воспринимать смысловую структуру текста; выделять главную и второстепенную информацию; - логически верно, аргументировано выражать свои мысли в устной и письменной форме - понимать смысл основных частей диалога и монолога; воспроизводить текст по ключевым словам или по плану; задавать и отвечать на вопросы; - применять знания иностранного языка для осуществления межличностного общения, читать литературу и анализировать полученную информацию; - переводить тексты общегуманитарной направленности (без словаря); 	<p>Переводит предложения в соответствии с заданным стилем, переводит художественный или публицистический текст от 2000 знаков с учетом предлагаемого стиля, отвечает аргументировано на вопросы в форме монолога или диалога</p>	<p>Содержание передано без искажения текста, грамотно и стилистически верно.</p>	<p>Устный опрос (вопрос 1 в каждом разделе), Вопросы к экзамену (часть 1 (тексты 1-5))</p>

<p>- составлять тексты на иностранном языке</p>			
<p>Владение - навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном общении на иностранном языке на продвинутом уровне (B2); - навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии; навыками письменной речи; - способами ориентирования в источниках информации (журналы, сайты, образовательные порталы и т.д.); - основными навыками извлечения главной и второстепенной информации; - навыками приобретения, использования и обновления гуманитарных знаний; - навыками письменной и устной речи на иностранном языке; - навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста</p>	<p>Готовит и выступает с докладом по самостоятельно выбранной теме; Реферирует текст (статью) в письменной и устной формах, Готовит и отвечает монолог или диалог по заданной тем</p>	<p>Самостоятельность выводов и суждений с соответствующим правильным использованием лексических и грамматических структур по предложенной теме</p>	<p>доклад с презентацией (1-9), Вопросы к экзамену (часть 1 (тексты 1-5), часть 2 (1-9)</p>

1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

Для экзамена:

84-100 баллов (оценка «отлично»)

67-83 балла (оценка «хорошо»)

50-66 баллов (оценка «удовлетворительно»)

0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)

2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к экзамену

Часть 1. Чтение, перевод и реферирование текста

Часть 2. Беседа по следующим устным темам

1. Бренды и торговые марки.
2. Деловые поездки.
3. Структура организаций.
4. Реорганизация предприятия.
5. Инвестиции и финансы.
6. Реклама и рекламные кампании
7. Культура делового общения.
8. Занятость
9. Глобализация

Образцы текстов для перевода и реферирования

1

Changes in business operations

By Alan Rodger

British companies are investing huge amounts of money in making changes to their traditional business practices. The main aims behind this investment are to increase the quality of services provided, while reducing prices.

The demand for available and skilled IT resources in the UK is so great that many customer services companies have decided to outsource contracts to low-cost countries, such as India, in order to meet this demand.

So, what are the challenges and opportunities that outsourcing presents? There have been many newspaper stories of failed projects and broken-down relationships between customers and the service companies who have outsourced contracts. Probably the most famous of these stories was LS, who had

agreed a ten-year deal to provide services for Tilkin. This ended earlier this year, when LS was replaced by Calcot. However, it was not all bad news and LS behaved professionally and helped to ensure the successful takeover of the service by its rival, so the only problems reported were minor ones.

The main goal of investing in outsourcing is to improve the quality of customer services, and to lower the cost of operations at the same time. One example of a successful outsourcing partnership is Bilton's. Almost two years ago the company started outsourcing services to a consortium of companies. The deal with the consortium is for five years. Payments are made to the consortium if it reaches its targets – it has to deliver a two percent improvement in customer satisfaction annually.

There are huge opportunities for small and medium-sized businesses to make savings by using shared services. For instance, organisations with similar requirements can negotiate to use the same service provider. This would mean that the costs for each company would be reduced through savings of scale. This is the model behind a deal recently announced for a joint venture between Parts-2-go and Delkon.

Partnerships are great opportunities to show what can be achieved with open minds, shared interests, and a commitment to better and cheaper services. Perhaps the experience of the past can actually help make changes for the future.

From the *Financial Times*

FINANCIAL TIMES
World business newspaper.

2

The rise of the corporate blogger

By Scott Morrison

Bob Lutz, the vice chairman of General Motors, does it. So does Jonathan Schwartz, chief operating officer of computer maker Sun Microsystems. A handful of executives at Hewlett-Packard and Boeing are also getting in on the act.

Welcome to the blogosphere – home to those informal, frequently updated online journals that people create to share their thoughts and opinions. Web logs, or blogs, have for the most part remained the domain of millions of independent bloggers who want to talk politics, trade tech ideas, share their daily lives – or criticise corporations. Now those same corporations are trying to figure out how they can take advantage of this new medium to attract attention, cultivate customer relationships, respond to criticism – and perhaps sell a few more computers, cars or aircraft along the way.

One way for a company to enter the blogosphere is to establish a system on the corporate intranet, where web logs can be used as an internal communications tool.

IBM, for example, says thousands of its employees blog on the company's internal network, where they trade idle gossip and discuss corporate business strategy.

Much more visible are web logs targeting customers and the general public, such as GM's FastLane and Boeing's blog written by Randy Baseler, the group's vice-president for commercial aircraft marketing.

There are a few key rules that a successful corporate blogger must follow: they must write in a chatty informal tone, tell the truth, update their blogs on a regular basis and be willing to accept any criticism. The blogosphere is regarded as a source of unpredictable and often irreverent commentary and any dry, dull blog that smacks of corporate PR and legalese will quickly draw criticism from readers.

Bloggling can pose legal risks however – so there are often company guidelines stipulating what can and cannot be posted on a corporate blog. Yahoo, for example, says that employees are not allowed to mention anything that has not been made public and

bloggers are also asked to notify the corporate PR department if they receive queries from journalists.

Given the potential damage that a disgruntled or careless employee could cause, why would a company allow its workers to spout off in cyberspace? With so much downside, what is the upside?

Well, bloggling is transforming the way companies communicate and, for a customer, direct contact with an employee is so much more preferable than dealing with a huge faceless corporation. Robert Scoble, a Microsoft marketing executive specifically hired to blog about the company, has emerged as one of the blogosphere's most popular citizens because he pulls no punches when it comes to his employer. He argues that Microsoft's tolerance of employee blogs has helped shift perceptions of the software giant from strongly negative to surprisingly positive. And if bloggling can help Microsoft soften its image, imagine what it could do for any other company.

From the *Financial Times*

3

More about results than time

Philip Manchester

On the surface, flexible working might seem to be about people being able to choose their working hours and, perhaps, spend some time working away from the office. But it is also a fundamental change in the way people work and, more importantly, the way they are managed. Flexible working is a shift from "time-based" to "results-based" working practices and could herald the biggest change in the workplace since the start of the industrial revolution.

New employee legislation is one of the main motivations for employers to introduce flexible working practices – but not the only one. In Europe, for example, employers are obliged to offer parents with young or disabled children the right to request flexible working. While legislation is a major catalyst to introducing flexible working, there are other reasons. In the US, for example, the fall in the price of mass market computer and communications technologies is encouraging organisations to allow more home working.

Flexible working is also likely to appeal to a wider skill pool and help with staff retention. Mary Sue Rogers, human capital management leader at IBM Global Services, says that IBM has embraced flexible working to help

with recruitment. "In Europe, companies have to provide flexible working because of legislation – but it is also a way to recruit from a broader skill pool, including women and older people. With an ageing workforce we have to find ways to retain older staff. It also gives greater scope to male employees who increasingly want flexible working to create a better work-life balance. A recent survey of UK graduates found that work-life balance was third on their list of career priorities." She adds that 55 per cent of IBM's employees work flexibly and 90 per cent are "enabled" to do so. "To us, it is foremost a business imperative. It is about staff retention, increased productivity and cost reduction," she notes.

A survey of 300 UK human resource professionals in small to medium sized enterprises (SMEs), commissioned by Arizona-based telecommunications company Inter-Tel, found that 49 per cent found it difficult to attract the right skills from their local market and 33 per cent thought they could attract staff if they were offered flexible working. But they also had significant reservations – with 93 per cent concerned that staff were more likely to bend the rules if they work from home. Doug Neal, research fellow at the US Computer Sciences Corporation, identifies this atti-

tude as being at the heart of the cultural shift prompted by flexible working. "The problem is not all with the worker – it is also with the boss. Management has to find a way to measure 'results' rather than time. We have to find new ways to evaluate workers – and their bosses."

He adds that organisations must find ways to build trust between employer and employee. "How do I evaluate people when I can't see them? In formal terms, trust is the outcome of a series of beneficial transactions. You have to build a culture of trust from working together."

Although new legislation is forcing organisations to adopt flexible working practices, there are sound business reasons to give employees more flexibility. Organisations which have embraced flexible working have found that it can cut costs and improve productivity. More importantly, it enables them to recruit staff from a much broader skill pool and retain staff. But it does mean a fundamental change in the relationship between staff and management. Both must learn to trust each other and focus on results rather than time spent in the office.

From the *Financial Times*

4

How to engage your employees

Michael Skapinker

Ade Sodeinde, a 17-year-old Nigerian, became famous last week for making some of Britain's trains run on time. Ms Sodeinde, in her year working for Central Trains before going to university, solved the puzzle of why trains leaving the depot ran late. She found that the tracks in the depot needed upgrading and were slowing the trains' journeys to their starting platforms. Drivers and conductors also had to wait before boarding because of the time taken for safety inspections and cleaning. By refurbishing the tracks and reorganising inspection and cleaning, Central was able to eliminate the problem, potentially saving itself £750,000 (\$1.37m) a year in fines for late running – and vastly reducing passenger frustration and delay.

Ms Sodeinde will no doubt be in great demand when she graduates. But just how large, established companies persuade employees to put in that extra effort is one of management's great puzzles. Staff know where the problems and opportunities lie and there will always be employ-

ees with ideas for new products or better service. All it requires is for them to speak up and for someone to listen.

Most companies say they listen to their people – but as managers are often unhappy to have their current strategies disrupted and new ideas get trapped in corporate bureaucracy, would-be innovators become jaded, and cynical.

Yet there is a link between engaged employees, satisfied customers and corporate profitability, according to a recent study by the Forum for People Performance Management & Measurement at Northwestern University. The Forum studied 100 US companies to find out how engaged their staff were and whether this had any effect on corporate profitability. The Northwestern researchers wanted to look at employees, such as Ms Sodeinde, who did not deal directly with customers. What impact did their attitudes have on the company's success? Well, the results were clear: The companies with the happiest and most engaged employees had the most satisfied, highest-spending customers.

So how do you make employees

more engaged and content? Roger Martin, dean of the Rotman School of Management at the University of Toronto, argues that people are happiest not only when they are respected members of a team they admire but when the team and the company are respected by the world outside.

Being part of a trusted, honest group is an indispensable component of employee happiness and engagement. So is establishing ties with colleagues you respect. When groups appear to be performing, companies should hesitate before disrupting them. The vogue for forming new teams for each task may work in companies small enough for everyone to know each other. When people constantly have to establish new links of trust, customers will probably suffer. Companies should think hard, too, before they outsource the work of a functioning team. The company you outsource to may be a happy, engaged bunch, but I would not count on it.

From the *Financial Times*

5

One strike and you're down

By Richard Gillis

"Companies forget that staff have the power to wreck the brand." This warning comes from Martin Langford, a corporate reputation specialist. But brand owners that probably don't need reminding of this include British Airways, Royal Mail and Jaguar, because of the high profile which staff industrial action, or threats of industrial action, has assumed at all three.

Management at large organisations do not embark on widespread and risky company restructurings unless they believe their businesses are in straitened financial circumstances. And the potential long-term damage to company branding that can be done if staff and managers clash publicly over plans will almost always take a back seat to other priorities, such as getting the business back into profit.

Nevertheless, brands are a key part of the intangible assets that are playing an increasingly important role

on company balance sheets. This means that it can be a serious issue for any business if its brands emerge as tainted in the long term by strikes and other industrial conflicts. If this is the risk, how can corporations or other branded organisations reduce this danger?

Langford estimates that about a third of his clients' problems with respect to this risk are caused by the behaviour of their staff; with industrial action and disaffected workers being the most common examples. John Williamson, board director of brand consultants Wolff Olins, says: "Poor industrial relations do not come about in isolation. They reflect on the business as a whole and the way in which it is being managed. If the management thinks the brand is something done by the marketing communications department, this makes for very poor brand strategy."

The danger here for service companies is that the impression of

the brand given to the customer is often dictated by the behaviour of staff at the bottom of the organisation hierarchy. And, in the maelstrom of media activity that goes with major industrial action, the senior management can develop the habit of briefing journalists before their own staff. This has a direct impact on the quality of the service.

"Brands represent the value of the organisation's relationship with its customer. It's the one thing a competitor cannot copy," says Brenda Banks of insurers Aon, which works with clients on the issue of brand risk. Companies are not able to insure against declines in brand value, but often compound the problem by not managing the risk to their most valuable asset. "Reputation risk only comes home to roost when things go wrong."

From the *Financial Times*

Инструкция по выполнению:

Экзамен проходит в устной и письменной форме. Время на подготовку к ответу составляет 30 минут. Далее студент читает фрагмент текста, письменно переводит и реферировать текст, затем беседует по теме, указанной в билете.

Критерии оценивания:

- оценка «отлично» (84-100 баллов) выставляется, если даны полные ответы на все вопросы, использованный словарный запас, грамматические структуры и фонетическое оформление соответствуют поставленной задаче; если перевод сделан полностью с соблюдением стиля высказывания, без нарушения языковых норм; допускается одна суммарная ошибка, кроме искажения смысла; реферирование текста сделано без искажения информации, в речи отсутствуют грамматические, лексические и логические ошибки.
- оценка «хорошо» (67-83 балла) выставляется, если даны неполные ответы на все вопросы, использованный словарный запас, грамматические структуры, фонетическое оформление высказывания соответствует поставленной задаче, небольшие нарушения использования средств логической связи; если перевод сделан полностью с соблюдением стиля высказывания, без нарушения языковых норм. Допускаются две полные суммарные ошибки, в т.ч. не более одного искажения смысла; реферирование текста сделано без искажения информации, в речи допускаются 2 грамматические, 2 лексические и 2 логические ошибки.
- оценка «удовлетворительно» (50-66 баллов) выставляется, если даны неполные ответы на два вопроса, использован ограниченный словарный запас, грамматические структуры и фонетическое оформление высказывания имеют небольшие нарушения; если перевод сделан без искажения смысла; допускаются 3 полные суммарные ошибки; реферирование текста сделано с незначительными искажениями информации, в речи допускаются 3-5 грамматические, 3-5 лексические и 3-4 логические ошибки.
- оценка «неудовлетворительно» (0-49 баллов) выставляется, если ответы не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы, если перевод и реферирование текста не соответствует требованиям, установленных для оценки «удовлетворительно».

Устный опрос 3 курс

1 раздел

1. Лексические единицы по темам «Бренды и торговые марки. Деловые поездки».
2. Правила употребления настоящего времени (Present Simple, Continuous).
3. Выражение будущего в английском языке (Present Simple, Continuous, Future simple, be going to).

2 раздел

1. Лексические единицы по темам « Структура организаций. Реорганизация предприятия».
2. Правила употребления притяжательного падежа существительных.
3. Правила формирования и употребления Past Simple\Past Perfect.

3 раздел

1. Лексические единицы по темам «Инвестиции и финансы. Реклама и рекламные кампании. Культура делового общения».
2. Правила употребления артиклей.
3. Модальные глаголы.

4 раздел

1. Лексические единицы по темам «Занятость. Глобализация».
2. Правила употребления условных предложений.
3. Косвенная речь.

Инструкция по выполнению

Устный опрос проводится для контроля самостоятельной работы студента. Преподаватель задает 3 вопроса из разделов по выбору. Во время устного опроса студент должен ответить на все вопросы преподавателя по теме. Время ответа составляет 5 минут. Максимальное количество баллов, которое студент может набрать – 70 баллов за курс.

Критерии оценивания:

- студент набирает 60-70 баллов за ответ на вопросы, если сразу дает четкий полный ответ на все поставленные вопросы, использует грамматические и лексические структуры без ошибок, речь фонетически правильная.
- студент набирает 45-59 баллов за ответ на вопросы, если в течение 1-2 минут дает ответы, но допускает неточности при ответе, использует грамматические и лексические структуры с некоторыми ошибками, в произношении допускает до 3 ошибок, либо отвечает только на 2 вопроса;
- студент набирает 36-44 баллов за ответ на вопросы, если затрудняется с ответом, использует грамматические и лексические структуры с некоторыми грубыми ошибками, либо отвечает правильно только на 1 вопрос.
- студент набирает 0-35 баллов за ответ на вопросы, если не может ответить ни на один вопрос, либо при ответе использует грамматические и лексические структуры с грубыми ошибками, правил использования структур не знает.

Темы докладов с презентацией 3 курс

1. Формирование бренда
2. Эффективность деловых поездок
3. Известные транснациональные корпорации
4. Реструктуризация как способ повышения эффективности предприятия
5. Реклама-двигатель торговли
6. Грамотное планирование – успех деятельности предприятия
7. Деловая коммуникация и межкультурные различия
8. Рынки труда в разных странах
9. Глобализация и основные тенденции в экономике

Инструкция по выполнению

Студент готовит 2 доклада в течение курса. Максимальное количество баллов, которое может набрать студент за курс – 30. Методические рекомендации по написанию и требования к оформлению содержатся в приложении 2.

Критерии оценивания:

- - студенту выставляется 13-15 баллов, если изложенный материал фактически верен, присутствует наличие глубоких исчерпывающих знаний по подготовленному вопросу, в том числе обширные знания в целом по дисциплине; грамотное и логически стройное изложение материала, широкое использование не только основной, но и дополнительной литературы;
- - студенту выставляется 10-13 баллов - изложенный материал верен, наличие полных знаний в объеме пройденной программы по подготовленному вопросу; грамотное и логически стройное изложение материала, широкое использование основной литературы;
- - студенту выставляется 7-9 балла – изложенный материал верен, наличие твердых знаний в объеме пройденной программы по подготовленному вопросу; изложение материала с отдельными ошибками, уверенно исправленными использованием основной литературы;
- - студенту выставляется менее 3 баллов – работа не связана с выбранной темой, наличие грубых ошибок, непонимание сущности излагаемого вопроса.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п.2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Экзамен проводится по расписанию промежуточной аттестации в устной и письменной форме. Количество вопросов в экзаменационном задании – 2. Проверка ответов и объявление результатов

производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- практические занятия.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду вопросов, развиваются навыки устной и письменной речи на иностранном языке.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

– изучить рекомендованную учебную литературу;

– подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме;

– письменно выполнить домашнее задание, рекомендованные преподавателем при изучении каждой темы.

По согласованию с преподавателем студент может подготовить доклад с презентацией по теме занятия. В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом устного опроса. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, выписать определения основных понятий; законспектировать основное содержание; выписать ключевые слова; выполнить задания-ориентиры в процессе чтения рекомендуемого материала, проанализировать презентационный материал, осуществить обобщение, сравнить с ранее изученным материалом, выделить новое.

При реализации различных видов учебной работы используются разнообразные (в т.ч. интерактивные) методы обучения, в частности:

- интерактивная доска для подготовки и проведения практических занятий.

Подготовка доклада с презентацией

Одной из форм самостоятельной деятельности студента является написание докладов. Выполнение таких видов работ способствует формированию у студента навыков самостоятельной научной деятельности, повышению его теоретической и профессиональной подготовки, лучшему усвоению учебного материала.

Темы докладов определяются преподавателем в соответствии с программой дисциплины. Конкретизация темы может быть сделана студентом самостоятельно.

Следует акцентировать внимание студентов на том, что формулировка темы (названия) работы должна быть:

- ясной по форме (не содержать неудобочитаемых и фраз двойного толкования);
- содержать ключевые слова, которые репрезентируют исследовательскую работу;
- быть конкретной (не содержать неопределенных слов «некоторые», «особые» и т.д.);
- содержать в себе действительную задачу;
- быть компактной.

Выбрав тему, необходимо подобрать соответствующий информационный, статистический материал и провести его предварительный анализ. К наиболее доступным источникам литературы относятся фонды библиотеки, а так же могут использоваться электронные источники информации (в том числе и Интернет).

Важным требованием, предъявляемым к написанию докладов на английском языке, является грамотность, стилистическая адекватность, содержательность (полнота отражения и раскрытия темы).

Доклад должен включать такой элемент как выводы, полученные студентом в результате работы с источниками информации.

Доклады представляются строго в определенное графиком учебного процесса время и их выполнение является обязательным условием для допуска к промежуточному контролю.

Презентация (в Power Point) представляет собой публичное выступление на иностранном языке, ориентированное на ознакомление, убеждение слушателей по определенной теме-проблеме. Обеспечивает визуально-коммуникативную поддержку устного выступления, способствует его эффективности и результативности.

Качественная презентация зависит от следующих параметров:

- постановки темы, цели и плана выступления;
- определения продолжительности представления материала;

- учета особенностей аудитории, адресности материала;
- интерактивных действий выступающего (включение в обсуждение слушателей);
- манеры представления презентации: соблюдение зрительного контакта с аудиторией, выразительность, жестикуляция, телодвижения;
- наличия иллюстраций (не перегружающих изображаемое на экране), ключевых слов,
- нужного подбора цветовой гаммы;
- использования указки.

Преподаватель должен рекомендовать студентам

- не читать написанное на экране;
- обязательно неоднократно осуществить представление презентации дома;
- предусмотреть проблемные, сложные для понимания фрагменты и прокомментировать их;
- предвидеть возможные вопросы, которые могут быть заданы по ходу и в результате предъявления презентации.