АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ»
INSTITUTE OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Принята на заседании
Учёного совета ИМЭС
(протокол от 27 марта 2025 г. № 8)

УТВЕРЖДАЮ
Ректор ИМЭС Ю.И. Богомолова
27 марта 2025 г.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 02D66AAD004FB1389E405D89A7DBC74C72
Владелец: АНО ВО "ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ", ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ, ИМЭС
Действителен: с 11.04.2024 до 11.07.2025

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ

по направлению подготовки
38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль)
«Менеджмент в финансах и внешнеэкономической деятельности»

Москва – 2025

Приложение 4
к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль)
«Менеджмент в финансах и внешнеэкономической деятельности»

Рабочая программа дисциплины «Английский язык для профессионального общения» входит в состав основной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Менеджмент в финансах и внешнеэкономической деятельности» и предназначена для обучающихся по очной форме обучения.

© Институт международных экономических связей, 2025.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель и задачи дисциплины....4
2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования....4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах и академических часах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся....5
4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы....5
5. Содержание дисциплины....7
6. Структура дисциплины по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий....9
7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине....10
8. Перечень вопросов и типовые задания для подготовки к промежуточной аттестации....12
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины....19
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)…….....19
11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины....20
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине....29

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины «Английский язык для профессионального общения» - развить у студентов коммуникативную компетенцию, уровень которой позволит использовать английский язык в профессиональной деятельности, повысить уровень владения английским языком, достигнутый на предыдущем этапе, а также заложить основу для дальнейшего изучения профессионального аспекта языка.

Задачи дисциплины:

– достижение необходимого уровня лингвистических навыков – изучение и использование лексических и грамматических единиц в объеме, который необходим для творческой деятельности в профессиональных сферах и ситуациях;

– развитие дискурсивных навыков - умения построения целостных, логичных высказываний (дискурсов) разных функциональных стилей в устной и письменной коммуникации на основе понимания различных видов профессионально-ориентированных текстов при чтении и аудировании;

– развитие практики использования английского языка для решения специальных профессиональных задач (подбор литературы, чтение соответствующих источников, просмотр программ по интересующей студента проблематике);

– закрепление стратегического навыка – навыка использовать вербальные и невербальные стратегии для компенсации пробелов, связанных с недостаточным владением языком;

– повышение уровня учебной автономии, способности к самообразованию;

– развитие когнитивных и исследовательских умений;

– расширение кругозора и повышение общей культуры: изучение культурных особенностей, нравов, обычаев стран изучаемого языка, этики, воспитание толерантности и уважения к духовным ценностям разных стран и народов.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина «Английский язык для профессионального общения» входит в часть учебного плана, формируемую участниками образовательных отношений по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Менеджмент в финансах и внешнеэкономической деятельности».

3. Объем дисциплины в зачетных единицах и академических часах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 10 зачётных единиц, всего – 360 часов.

Вид учебной работы	Всего часов
Контактная работа с преподавателем (всего)	**168**
В том числе:	
Занятия лекционного типа	-
Занятия семинарского типа (практические занятия)	168
Самостоятельная работа (всего)	**165**
Контроль	**27**
Форма контроля	Зачет с оценкой, Экзамен
Общая трудоёмкость дисциплины	**360**

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

Код и наименование компетенции(ий) выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Коммуникация **УК-4** Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИУК 4.1 Осуществляет деловую коммуникацию в устной форме на русском и иностранном языках. ИУК 4.2 Осуществляет деловую коммуникацию в письменной форме на русском и иностранном языках.	**Знать:** грамматические правила, формы и конструкции, лексику английского языка, необходимые для осуществления профессионального общения в рамках определенных тем. **Уметь:** логично, аргументировано и корректно подготовить устные и письменные высказывания на иностранном языке в профессиональном общении. **Владеть:** навыками использования монологической и диалогической устной и письменной речи в ситуациях профессионального взаимодействия в пределах изученного языкового материала.

Код и наименование компетенции(ий) выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию и документационное обеспечение внешнеэкономической деятельности	ИПК 4.1 Готовит к заключению внешнеторговый контракт ИПК 4.2 Осуществляет документарное сопровождение внешнеэкономической деятельности ИПК 4.3 Участвует в организации и ведении переговоров, в т.ч. на английском языке	**Знать:** лексику англоязычного общения, основу устной и письменной речи в деловой коммуникации. **Уметь:** применять полученные знания в формировании стратегии устного и письменного конструирования и интерпретации англоязычных текстов при решении профессиональных задач. **Владеть:** навыками речевого и письменного общения на английском языке в конкретных профессиональных ситуациях.

5. Содержание дисциплины

Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема1. Forms of business activities Формы бизнеса	Лексика: термины в области деловых формальностей, налогов, юридические статусы компании, индивидуальное предпринимательство, товарищество, акционерное общество, их преимущества и недостатки Чтение: Sole Proprietorship, Partnership, Corporation. Грамматика: личные, притяжательные, указательные местоимения. Неопределенная форма глаголов. Словообразование, объектный падеж. Порядок слов в предложении. Вопросительные слова. Артикли. Количественные и порядковые числительные. Устная речь (полилогическая): -преимущества и недостатки разных форм бизнеса Устная речь (монологическая): - риски ИП Письменная речь: кейс Belt Up
Тема 2. Levels and areas of management Уровни и сферы управления	Лексика: термины в сфере управления, уровни менеджмента, трудовые обязанности, названия и ответственности отделов организации Чтение: Levels of Management, Organization Chart Грамматика: Порядок слов в предложении. Порядок слов в самостоятельном повествовательном предложении. Порядок слов в вопросительном предложении. Времена активного залога. Устная речь (полилогическая): -обсуждение трудовых обязанностей управленцев разных уровней Устная речь (монологическая): - доклад об ответственностях отдела компании Письменная речь: кейс Success
Тема 3. Organizational structures Организационные структуры	Лексика: термины в области организационных особенностей организаций, виды структур, реструктуризация Чтение: Types of organizational structures, Restructurization Грамматика: Порядок слов в вопросительном предложении. Порядок слов в восклицательном предложении. Времена пассивного залога. Устная речь (полилогическая): - преимущества и недостатки различных организационных структур Устная речь (монологическая): - описание структуры компании Письменная речь: кейс Wildberries
Тема 4. Management Менеджмент	Лексика: термины в области менеджмента, стили управления, типы менеджеров Чтение: What is management, The big three management styles Грамматика: Инфинитив и его конструкции. Устная речь (полилогическая): - обсуждение типов управленцев и их качеств Устная речь (монологическая): - описание стилей управления Письменная речь: кейс Peter Drucker
Тема 5. Leadership Лидерство и лидерские качества	Лексика: термины в области лидерства, лидерские качества, Чтение: Leadership qualities: what does it take, Business leader briefings Грамматика: Герундий, конструкции с герундием. Устная речь (полилогическая):

	- обсуждение типов управленцев и их качеств Устная речь (монологическая): - описание стилей управления Письменная речь: кейс The new boss
Тема 6. Recruitment Подбор персонала, рекрутинг	Лексика: термины в области рекрутинга, хедхантинг, его виды и методы, речевые структуры и обороты на собеседовании при приеме на работу Чтение: Methods of selection, A job interview, Headhunting Грамматика: Условные предложения. Сослагательное наклонение. Устная речь (полилогическая): - методы рекрутинга, собеседование Устная речь (монологическая): - кейс Orbit Records Письменная речь: написание собственного резюме
Тема 7. Marketing Маркетинг	Лексика: термины в области маркетинга, исследования рынка, целевые рынки, сегментация рынка Чтение: Грамматика: Способы выражения будущего, времена активного и пассивного залога – повторение. Устная речь (полилогическая): - обсуждение 4 П маркетинга Устная речь (монологическая): - доклад о методах исследования рынка Письменная речь: кейс Virgin Mobile
Тема 8. Promotion Продвижение бренда на рынке	Лексика: термины в области маркетинга и рекламы, виды рекламы Чтение: Uses of Advertising, Promotion, Promotional Mix Грамматика: Способы выражения будущего, времена активного и пассивного залога – повторение. Устная речь (полилогическая): - обсуждение функций рекламы Устная речь (монологическая): - доклад на тему выбранного вида рекламы Письменная речь: кейс Danger Zone
Тема 9. International Trade Внешняя торговля	Лексика: термины в области внешней торговли, внешние рынки, стереотипы и культурные особенности, международные экономические союзы и организации, санкции и ограничения Чтение: Entering a foreign market, Barko of Belgium, Pinball Wizard learns from mistakes Грамматика: Модальные глаголы, оттенки модальности Устная речь (полилогическая): - обсуждение санкций внешней торговли Устная речь (монологическая): -доклад о ВТО Письменная речь: эссе Европейский Союз

6. Структура дисциплины по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Контактная работа, час.	Самостоятельная работа, час.	Всего, час.
		Практические занятия		
5 семестр				
1.	Forms of business activities Формы бизнеса	21	24	45
2.	Levels and areas of management Уровни и сферы управления	21	24	45
3.	Organizational structures Организационные структуры	21	24	45
4.	Management Менеджмент	21	24	45
Итого за семестр:		**84**	**96**	**180**
6 семестр				
5.	Leadership Лидерство и лидерские качества	16	13	29
6.	Recruitment Подбор персонала, рекрутинг	16	14	30
7.	Marketing Маркетинг	16	14	30
8.	Promotion Продвижение бренда на рынке	18	14	32
9.	International Trade Внешняя торговля	18	14	32
Контроль:				**27**
Итого за семестр:		**84**	**69**	**180**
ИТОГО:		**168**	**165**	**360**

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

Самостоятельная работа является одним из основных видов учебной деятельности, составной частью учебного процесса и имеет своей целью: глубокое усвоение материала дисциплины, совершенствование и закрепление навыков самостоятельной работы с литературой, рекомендованной преподавателем, умение найти нужный материал и самостоятельно его использовать, воспитание высокой творческой активности, инициативы, привычки к постоянному совершенствованию своих знаний, к целеустремленному научному поиску.

Контроль самостоятельной работы, является важной составляющей текущего контроля успеваемости, осуществляется преподавателем во время занятий лекционного и семинарского типов и обеспечивает оценивание хода освоения изучаемой дисциплины.

Возможные темы презентаций

1. The marketing strategy of a company (the 4P's)
2. The promotional strategy of a company (promotional tools)
3. The greatest success of entering a foreign market
4. The greatest success on a domestic market
5. The greatest flop on a domestic market
6. The greatest flop on a foreign market
7. Keys to successful management (based on an example of a certain company)
8. Ways to win customers
9. Internet advertising and buzz marketing
10. Peculiarities of Public Relations
11. Ethics in Business
12. Entrepreneurial Skills
13. Headhunting: what does it take?
14. Tips to be successful at job interviews
15. What makes a great manager
16. Cultural stereotypes in business: Russia (any country)
17. Efficient ways to motivate staff
18. Effective methods of market research
19. Product life cycle
20. Your own idea

Требования к презентации

1. 9-15 слайдов в PowerPoint
2. План презентации:

– Вступление (почему выбрана данная тема презентации) (2 слайда)
– Основная часть
– Заключение (выводы) (2 слайда)

3. Спикер презентует свою тему (ограничение по времени – 5-7 минут) и отвечает на вопросы участников на английском языке.

Рекомендации по подготовке к презентации

✓ Этапы работы над презентацией

- Предварительная постановка проблемы или выбор темы.

- Выдвижение и обсуждение гипотез решения основной проблемы, исследование которых может способствовать её решению в рамках намеченной тематики;
- Поиск и сбор материала для решения проблемы и раскрытия темы;
- Окончательная постановка проблемы или выбор темы;
- Поиск решения или раскрытие темы на основе анализа и классификации собранного материала;
- Презентация и защита проектов, предполагающая коллективное обсуждение.

✓ Презентация должна содержать такие элементы как:
- оглавление;
- дату последней ревизии;
- информацию об авторах;
- список полезных качественных ссылок с подробным их описанием

Распределение самостоятельной работы

Виды, формы и объемы самостоятельной работы студентов при изучении данной дисциплины определяются ее содержанием и отражены в следующей таблице:

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Вид самостоятельной работы	Объем самостоятельной работы
1.	Forms of business activities Формы бизнеса	Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка презентаций	24
2.	Levels and areas of management Уровни и сферы управления	Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка презентаций	24
3.	Organizational structures Организационные структуры	Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка презентаций	24
4.	Management Менеджмент	Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка презентаций	24
5.	Leadership Лидерство и лидерские качества	Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка презентаций	13
6.	Recruitment Подбор персонала, рекрутинг	Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка презентаций	14
7.	Marketing Маркетинг	Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка презентаций	14
8.	Promotion Продвижение бренда на рынке	Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка презентаций	14
9.	International Trade Внешняя торговля	Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка презентаций	14
ИТОГО:			**165**

8. Перечень вопросов и типовые задания для подготовки к промежуточной аттестации

8.1. Перечень вопросов и заданий для подготовки к зачету с оценкой

Тема 1: Forms of business activities

Ответьте письменно на следующие вопросы:

What is the difference between a sole proprietorship and a partnership? (analyze the formation, control, liability for debts, advantages and disadvantages).

1.What are most people's main personal assets?

2.How can a sole trader get the capital to set up a business?

3.Why do we say that proprietorship is the simplest form of business organization?

4.Do you agree that a proprietorship can go out of business as easily as it goes in?

5.Is forming a partnership as easy as forming a sole proprietorship? Why (not)?

6.Are these two forms of business organization subject to public report? What authorities must have access to the books of a partnership?

7.What are the advantages of a sole proprietorship in comparison with a partnership?

8.What are the advantages of a partnership in comparison with a sole proprietorship?

9.What are common disadvantages of these two forms of business organization? How was the problem of unlimited liability solved in a partnership in 1907?

10.What are the advantages and disadvantages of being a sleeping(silent) partner?

11.If you were to choose between a sole proprietorship and a partnership, which form would you choose and why?

Тема 2: Levels and areas of management

Дополните следующий текст глаголами по смыслу:

appointed attacked combined defined constituted reviewed supervised supported

Large British companies generally have a chairman of the board of directors who oversees operations, and a managing director (MD) who is responsible for the day-to-day running of the company. In smaller companies, the roles of chairman and managing director are usually (1) ……. . Americans tend to use the term president rather than chairman, and chief executive officer (CEO) instead of managing director. The CEO or MD is (2) ……. by various executive officers or vice-presidents, each with clearly (3) …… authority and responsibility (production, marketing, finance, personnel, and so on).

Top managers are (4) ……(and sometimes dismissed) by a company's board of directors. They are (5)…… and advised and

have their decisions and performance (6) by the board. The directors of private companies were traditionally major shareholders, but this does not apply to large public companies with wide share ownership. Such companies should have boards (7) of experienced people of integrity and with a record of performance in a related business and a willingness to work to make the company successful. In reality, however, companies often appoint people with connections that will impress the financial and political milieu. Yet a board that does not demand high performance and remove inadequate executives will probably eventually find itself (8) …… and displaced by raiders.

Тема 3: Organizational structures

1. Дополните предложения словами из активного вокабуляра:

1. According to Theory X, employers have to threaten workers because …

2. According to Theory Y, employers should give their workers responsibilities because …
3. Maslow criticized Theory Y because …
4. Maslow argued that even though they might want to be given responsibilities at work …
5. Herzberg suggested that good labour relations and working conditions ….
6. According to Herzberg, the kind of things that motivate ….
7. The theory of job enrichment states that …
8. Management by objectives means …

2. Письменно прокомментируйте следующие утверждения:

1. An effective organizational structure is not an easy managerial task.
2. Sometimes a hierarchical structure turns out to be a bureaucratic set-up.
3. Double subordination/reporting to several people in the matrix organizational structure often leads to confusion.
4. Healthy competition between divisions could improve the overall performance of the organization.
5. Local managers often conflict with senior management as they see their authority being undermined.
6. In an organization by function departments pursue their own objectives rather than those of the whole company.
7. The matrix is essentially a temporary structure established as a means of carrying out a particular task.
8. Duplication of functions in different departments is not cost effective.
9. Restructuringis one of the most traumatic and difficult things a business can do.
10. Some levels of management are not necessary.

Тема 4: Management

Ответьте письменно на следующие вопросы:

1. What is management? Is it an art or a science? An instinct or a set of skills and techniques that can be taught or is it a mixture of innate qualities and learnable skills?
2. Do you know these business leaders: Jack Welch, Steve Jobs, Carlos Ghosn? What do you know about them? Which business leaders do you admire for their managerial skills? What are these skills?
3. What do you think makes a good manager? Which ***four*** of the following qualities do you think are the most important for a manager?
   - Being decisive: able to make quick decisions
   - Being efficient: doing things quickly, not leaving tasks unfinished, having a tidy desk and so on
   - Being friendly and sociable
   - Being able to communicate with people
   - Being logical, rational, analytical
   - Being able to motivate, inspire and lead people
   - Being authoritative: able to give orders
   - Being competent: knowing one's job perfectly, as well as the work of one's subordinates
   - Being persuasive: able to convince people to do things
   - Having innovative ideas

Are there any qualities that you think should be added to this list? (being responsible, diplomatic…)

4. Which of these qualities can be acquired? Which must you be born with?

8.2. Перечень вопросов для подготовки к экзамену

Тема 5: Leadership

Ответьте письменно на следующие вопросы:

1.How do we choose a job?
2.What factors affect our choice?
3.What functions does our job perform in our lives?
4.What are the main stages in a person's career?
5.What two questions should a young person ask himself before taking a job?
6.What should a person know before planning a career?
7.When can people explore their abilities?
8.What did you want to be when you were a child?
9.Have you had any part-time jobs?
10.What jobs did you eliminate before making your choice?
11.What are the six categories of people according to their occupational orientation ?
12.Describe each of these categories: personality orientations and the types of jobs.
13.What type of people do you belong to?
14.What are you good at?
15.Did you think about your personality orientations when choosing your profession?
16.What do you want to be?
17.When did you make your choice?
18.Has anybody influenced your choice?
19.Why do you want to become an economist?
20.What qualities must you possess to become an economist?
21.What subjects are you interested in?
22.What are your special interests including hobbies and leisure activities?
23.Where are you going to work after graduating from the Institute?
24.What professions will have good job opportunities in future?
25.Do you want to become self-employed?
26.Do you regard languages as a bonus?
27.In what careers can languages be a tremendous advantage?
28.How can you use English in your future job?
29.«What you do is more important than who you are». Do you agree with these words?

Тема 6: Recruitment

1. Вставьте слова из таблицы в предложения ниже:

Applicants, candidate, career, employment agencies, headhunt, headhunters, headhunting, hire (n), hire(v), hiring, qualities, recruit, recruiters, recruitment, recruitment agencies

The process of finding people for particular jobs is 1_____ or, especially in American English, 2_____. Someone who has been recruited is a 3_____ or, in American English, a 4_____. A company may recruit employees directly or use outside 5_____, 6_____ or 7_____. Outside specialists called 8_____ may be called on to 9_____ people for very important jobs, persuading them to leave the organizations they already work for. This process is called 10_____.

Headhunters, or executive search firms, specialize in finding the right person for the right job. When a company wishes to 11_____ a person for an important position, it may use the services of such a firm, specifying the skills and 12_____ which it requires of the future employee. The headhunter contacts executives with the right 13_____ profile, and provides the company with a shortlist of suitable 14_____. In this way, the employer does not have to go through the preliminary stages of interviewing and selecting 15_____ itself.

Тема 7: Marketing

Переведите следующие предложения, используя активный словарь по теме:

1. Компания ABC решила выйти на высший уровень рынка и выпустить новые топовые духи. Чтобы удовлетворить нужды и желания потребителей и привлечь целевую аудиторию, маркетологи исследовали рынок и готовы создать концепцию нового продукта. Компания представит продукт на рынок в Августе и собирается продвигать продукт на рынке, используя «звезд» в рекламе.
2. Нам необходимо использовать свое конкурентное преимущество и искать новые возможности рынка, если мы хотим чтобы наша компания оставалась компанией №2 на рынке.
3. Если компания выпускает новый продукт на рынок, то чаще всего компания назначает рыночную цену. Если компания выпускает топовый продукт, то она назначает цену выше рыночной.
4. Чтобы достичь своих целей и привлечь целевую аудиторию, компания собирается изменить каналы сбыта продукции.

Тема 8: Promotion

1. Заполните пробелы наиболее подходящими терминами из списка:

vital	insure	retailer	prices	placement
charge	wholesaler	price leader	take place	channel of distribution

The most common_____is manufacturer – wholesaler _____ consumer. Distribution can, however, _____ through slightly modified channels. For example, products are sometimes sold directly by the_____ or the manufacturer, rather than by the retailer. Generally, wholesalers _____ lower_____ than retailers and sell in larger quantities. Together, these channels of distribution play a_____ role in the_____ element of marketing.

2. Ответьте письменно на следующие вопросы:

1. What are the 4 promotional tools?
2. What are the advantages and disadvantages of advertising?
3. What are the advantages and disadvantages of publicity?
4. What are the advantages and disadvantages of personal sellings?
5. What are the advantages and disadvantages of sales promotions?
6. What types of advertising do you know?
7. What are the advantages and disadvantages of different types of advertising?
8. Give examples of sales promotions? When and why should this tool be used?
9. What is publicity? What are the advantages of it?

Тема 9: International Trade

1. Ответьте письменно на следующие вопросы:

1.What is international trade?
2.What are the two possible reasons for companies to get involved in exporting activities?
3.What information should be obtained during initial research before getting started?
4.What are the entry methods?

2. Скажите, верны ли данные утверждения. Исправьте некорректные:

1.Exporting is the most difficult way to enter a foreign market.
2.There are three types of exporting.
3.In indirect exporting an agent receives a commission for sales made on behalf of the principal.
4.Indirect exporting involves more risk than direct exporting.
5.The company has less control over the licensee than if it had set up its own production facilities.
6.Foreign governments always make joint ownership a condition for entry.
7.By direct investment, the company lacks control over investment and marketing policies.

8.2. Типовые задания для оценки знаний

1. When is a business most likely to adjust the marketing mix of a product?
а) If costs change;
б) If customer needs change;
в) If management changes.

2. A supermarket's own brand range of products:
а) Has its own marketing mix;
б) Has no marketing mix;
в) Has no promotional mix.

3. How is a business most likely to increase sales of a premium branded product?
а) By cutting price;
б) By increasing promotion;
в) By using supermarkets for distribution.

4. What does the overall marketing mix create?
а) Customer needs;
б) Business objectives;
в) A unique selling point for a product.

8.3. Типовые задания для оценки умений

Задание 1. Заполните пропуски терминами по теме International Trade:

1.The pinball machine _____has developed a _____ new market in the Middle East.
2._____ from video games and computers has hit small manufacturers.
3.Vincenti puts using a good _____ _____ at the top of his lessons learned list.

4.When you've _____time, effort and money in making an export sale, you want to get _____.

5.Other lessons learned centered on _____.

6.You should be prepared to _____ your product _____ to meet local _____.

7.Would-be exporters should make a firm _____ to export.

8.A final lesson is to remember that appearances can be _____.

Задание 2. Прокомментируйте (устно) следующие утверждения с употреблением активной лексики по теме Forms of business:

1. Small businesses do not often grow into large ones.

2. People who like to use initiative and be their own bosses prefer a sole proprietorship as the most suitable form of business organization.

3. People who start a business usually have strong ideas about how a business should be run. 4.Proprietorships have the virtue of simplicity, but it is not always good.

4. For many types of business the risks of unlimited liability are not great.

5. Although a proprietor ceases to exist when the owner dies, the assets are still there. An heir or a buyer can take over the business and run it under new ownership.

6. The simplest way of starting a business is to set up a partnership.

8.4. Типовые задания для оценки навыков

Задание 1. Прочитайте экономическую статью и ответьте на следующие вопросы:

1. Скажите, какие вопросы рассматриваются в статье.

2. Скажите, какая проблема вытекает из содержания.

3. Задайте к статье несколько вопросов и задайте их вашему товарищу, затем ответьте на его вопросы.

4. Подтвердите точку зрения, изложенную в статье, используя собственный пример.

5. Выскажите мнение о прочитанном. Сообщите известные вам дополнительные сведения. Приведите примеры, факты, подобные описываемым в статье.

6. Подумайте, как и где вы можете использовать извлеченную из статьи информацию.

7. Определите, нужно ли вам более детально ознакомиться с текстом для использования полученной информации в вашей будущей профессиональной деятельности.

Proper tool is a good investment

Pump-part manufacturers provide other tools to allow users to extract maximum cost from mud-pomp parts. A hydraulic valve-seat puller, for example, is almost a necessity for high-pressure pumps. The cost of damage that can be done by truing to «torch out» a seat will typically pay for a good hydraulic tool. And the tool can serve for many years. A knocker should be used to remove pistons from roads; a single hammer «ding» on a rod can mean premature failure with related lost time and expense. Install rod packing according to instructions. Different kinds of packing require different tightening procedures for proper operation. And all parts manufactures agree that matching springs, seats, and valves should be used.

Valves and seats do not all weigh the same and hence demand different springs to match opening pressures. When to replace? Ideally, of course, parts should be replaced just before failure. When pump pressure falls, it's too late! This means the best way to insure optimum part and pump life-achieve minimum operating costs coupled with maximum pump efficiency-and make sure there is always at least one mud pump working is to: (a) keep accurate records of operating hours,

and (b) inspect often those parts readily accessible. Various types of elapsed time recording devices are available; when drilling is critical, the cost of even the most expensive us virtually inconsequential compared to having to stop drilling.

A final note. Pump-part technology is very advanced and proven. Manufacturers have had experience in almost all environments and working conditions, and their help can be significant. But the only group who ultimately can design and implement effective mud-pump-part programs are those on the rig. The accompanying check-list may help.

Задание 2. Опишите уровни и сферы управления выбранной Вами компании, используя лексику по теме Levels and areas of management.

Company structure or organization structure refers to the way that a company arranges people and jobs so that its work can be performed and its goals can be met. The structure of every organization is unique and the structure of an organization evolves as the organization grows and changes over time.

Top managers and executives:

1. Board of Directors, Chairman (Chairwoman) or President (*Am.),* Managing Director (Executive Director) or Chief Executive Officer (CEO – *Am.)*
2. E.g. At the top of company hierarchy is the Board of Directors, headed by the Chairman. E.g. A managing director is responsible for the day-to-day running of the company (or oversees all aspects of business activity, or has overall responsibility for the running of the business).
3. Middle (Senior) management (company officers):
4. Finance director (Chief financial officer – *Am.),* Marketing Director, HR Director (Personnel), IT Director, R&D Director, Production Director, Sales Manager or Sales Director (or Vice Presidents – *Am.)*
5. Departments: Finance, Sales and Marketing, Personnel (HR), Research and Development (R&D), Production
6. to consist of, be made up of, be divided into
7. e.g. The company consists of five main departments. The marketing department is made up of three units. The sales department is divided into two sections.
8. to be responsible for smth, to be in charge of
9. e.g. The marketing department is responsible for advertising, sales promotion and market research. The Human Resources department is composed of two sections. One is responsible for recruitment and personnel matters, the other is in charge of training.
10. Philip is in charge of our marketing department.
11. Finance director controls all aspects of finance and is responsible for allocating the company`s resources.
12. to be accountable to smb, to be responsible to smb, to report to smb
13. e.g. At the top of the company hierarchy is Mister Niegel who has overall responsibility for the running of the business. Sales Director, Marketing Director, Finance Director and HR Director report to him (находятся у него в непосредственном подчинении). Export Sales Director is responsible to Sales Director.
14. a strategy, to determine a strategy (or a policy), implement a strategy (or a policy)
15. E.g. Top managers determine the company`s strategy and middle managers implement the strategy and major policies handed down from the top level of the organization.

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

9.1. Основная литература

1. Левченко, В. В. Английский язык для экономистов (A2-B2) : учебник для вузов / В. В. Левченко, Е. Е. Долгалёва, О. В. Мещерякова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 408 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14780-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/560432

2. Стогниева, О. Н. Английский язык для экономистов (B1–B2). English for Business Studies in Higher Education : учебное пособие для вузов / О. Н. Стогниева. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18207-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/534527

3. Даниленко, Л. П. Английский язык для экономистов (B1—B2) : учебник и практикум для вузов / Л. П. Даниленко. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 116 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17539-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/561798

8.2. Дополнительная литература

1. Меняйло, В. В. Академическое письмо. Лексика. Developing Academic Literacy : учебник для вузов / В. В. Меняйло, Н. А. Тулякова, С. В. Чумилкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 226 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18198-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/562466

2. Моисеева, Т. В. Английский язык для экономистов : учебное пособие для вузов / Т. В. Моисеева, Н. Н. Цаплина, А. Ю. Широких. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 151 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17119-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/532413

10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. http://biblioclub.ru - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2. https://urait.ru - ЭБС «Образовательная платформа Юрайт»
3. https://elibrary.ru/org_titles.asp?orgsid=14364 - научная электронная библиотека (НЭБ) «eLIBRARY.RU»
4. https://www.real-english.com/new-lessons.htm - сайт с уроками, статьями и видео зарисовками для изучающих английский язык, все материалы условно разделены на лексические и грамматические, доступны все уровни сложности.
5. https://www.economist.com/ - экономический сайт и форум на английском языке, содержащий деловые новости, экономические статьи на деловую тематику, обсуждение проблем делового характера.

6. https://www.ft.com/- сайт экономической газеты на английском языке. Содержит деловые новости, экономические статьи на деловую тематику, обсуждение проблем делового характера.

Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);
- MS Office (зарубежное, возмездное);
- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);
- КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое);
- 7-zip – архиватор (зарубежное, свободно распространяемое);
- Comodo Internet Security (зарубежное, свободно распространяемое).

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Советы по ведению глоссария профессиональных терминов

– отобранные термины и лексические единицы должны относиться к широкому и узкому профилю специальности;

– отобранные термины и лексические единицы должны быть новыми и не дублировать ранее изученные;

– отобранные термины и лексические единицы должны быть снабжены транскрипцией и переводом на русский язык (во избежание неточностей рекомендуется пользоваться специализированным словарем);

– общее количество отобранных терминов не должно быть меньше 500 единиц;

– отобранные термины и лексические единицы предназначены для активного усвоения и должны использоваться при чтении, восприятии на слух, говорении и письме.

Методические рекомендации по написанию делового письма

Письмо должны быть ясным, кратким и вежливым.

Употребляйте простые слова/выражения вместо высокопарных и стереотипных, если они имеют одно значение, конкретные вместо абстрактных. Чем проще вы говорите, тем быстрее вас поймут. Однако не забывайте, что в официальной деловой переписке не используются никакие сокращения типа "I`m" и сленг. Например, вместо фразы "We are the recipients of", лучше сказать "We received". Вы добьетесь краткости и ясности в своих письмах, если будете использовать короткие или средней длины предложения вместо длинных и сложных оборотов. Грамотное деление на абзацы облегчает зрительное восприятие текста и задает всему процессу ритм.

Одним из показателей вежливости в деловой переписке является личное обращение к человеку. Не надо забывать про вежливость даже тогда, когда вы очень недовольны кем-то или чем-то.

Подытожим:

1. Выбирайте короткие и средней длины предложения, употребляйте простые слова и выражения
2. Не употребляйте разговорные сокращения и сленг
3. Делите написанное на абзацы
4. Будьте вежливы и дипломатичны

«Шапка» письма.

Каждое деловое письмо печатается (пишется) на уже заготовленном, фирменном бланке. В верхней части бланка размещается так называемая "шапка" - заголовок. Обычно в заголовке даны **следующие сведения**:

- зарегистрированное название компании
- краткие сведения о характере ее деятельности,
- контактная информация.

Тело письма. Заключительная форма вежливости. Подпись.

Первый абзац основного текста начинается с предложения, в котором вы подтверждаете получение письма от вашего корреспондента, или со ссылки на поступившее письмо.

Обычно объем делового письма не превышает одну страницу. Но, если объем письма больше одной страницы и его продолжение напечатано на обратной стороне листа, то в конце первой страницы пишется p.t.o., что означает Please Turn Over (Смотрите на обороте).

Если вы отсылаете копии письма и другим адресатам, тогда в конце письма сделайте соответствующую отметку в виде следующей аббревиатуры: "c.c." - carbon copies (точные копии) или Copy to…

Иногда вы не хотите, чтобы получатель вашего письма знал, что вы еще кому-то отослали копии. В этом случае внизу писем-копий вы указываете "b.c.c." - blind carbon copies. (скрытые копии).

Если к письму имеется приложение (каталог, контракт, счет и т.д.), то внизу, после подписи делается указание об этом: "Enc:", "Encl:" - это сокращение от Enclosure (приложение, вложение).

Примерные языковые клише для делового письма по частям:

1. Обращение	
Dear Sirs, Dear Sir or Madam	(если вам не известно имя адресата)
Dear Mr, Mrs, Miss or Ms	(если вам известно имя адресата; в том случае когда вы не знаете семейное положение женщины следует писать Ms, грубой ошибкой является использование фразы “Mrs or Miss”)
Dear Frank,	(В обращении к знакомому человеку)
2. Вступление, предыдущее общение.	
Thank you for your e-mail of (date)…	Спасибо за ваше письмо от (числа)
Further to your last e-mail…	Отвечая на ваше письмо…
I apologise for not getting in contact with you before now…	Я прошу прощения, что до сих пор не написал вам…
Thank you for your letter of the 5th of March.	Спасибо за ваше письмо от 5 Марта
With reference to your letter of 23rd March	Относительно вашего письма от 23 Марта
With reference to your advertisement in «The Times»	Относительно вашей рекламы в Таймс
3. Указание причин написания письма	
I am writing to enquire about	Я пишу вам, чтобы узнать…
I am writing to apologise for	Я пишу вам, чтобы извиниться за…
I am writing to confirm	Я пишу вам, что бы подтвердить…
I am writing in connection with	Я пишу вам в связи с …

We would like to point out that…	Мы хотели бы обратить ваше внимание на ...
4. Просьба	
Could you possibly…	Не могли бы вы…
I would be grateful if you could …	Я был бы признателен вам, если бы вы ...
I would like to receive	Я бы хотел получить……
Please could you send me…	Не могли бы вы выслать мне…
5. Соглашение с условиями.	
I would be delighted to …	Я был бы рад ...
I would be happy to	Я был бы счастлив…
I would be glad to	Я был бы рад…
6. Сообщение плохих новостей	
Unfortunately …	К сожалению…
I am afraid that …	Боюсь, что…
I am sorry to inform you that	Мне тяжело сообщать вам, но …
We regret to inform you that…	К сожалению, мы вынуждены сообщить вам о…
7. Приложение к письму дополнительных материалов	
We are pleased to enclose ...	Мы с удовольствием вкладываем…
Attached you will find ...	В прикрепленном файле вы найдете...
We enclose ...	Мы прилагаем…
Please find attached (for e-mails)	Вы найдете прикрепленный файл…
8. Высказывание благодарности за проявленный интерес.	
Thank you for your letter of	Спасибо за ваше письмо
Thank you for enquiring	Спасибо за проявленный интерес…
We would like to thank you for your letter of ...	Мы хотели бы поблагодарить вас за…
9. Переход к другой теме.	
We would also like to inform you ...	Мы так же хотели бы сообщить вам о…
Regarding your question about ...	Относительно вашего вопроса о…
In answer to your question (enquiry) about ...	В ответ на ваш вопрос о…
I also wonder if…	Меня также интересует…
10. Дополнительные вопросы.	
I am a little unsure about…	Я немного не уверен в …
I do not fully understand what…	Я не до конца понял…
Could you possibly explain…	Не могли бы вы объяснить…
11. Передача информации	
I’m writing to let you know that…	Я пишу, чтобы сообщить о …
We are able to confirm to you…	Мы можем подтвердить …
I am delighted to tell you that…	Мы с удовольствие сообщаем о …
We regret to inform you that…	К сожалению, мы вынуждены сообщить вам о…

12. Предложение своей помощи	
Would you like me to…?	Могу ли я (сделать)…?
If you wish, I would be happy to…	Если хотите, я с радостью…
Let me know whether you would like me to…	Сообщите, если вам понадобится моя помощь.
13. Напоминание о намеченной встрече или ожидание ответа	
I look forward to ...	Я с нетерпением жду,
hearing from you soon	когда смогу снова услышать вас
meeting you next Tuesday	встречи с вами в следующий Вторник
seeing you next Thursday	встречи с вами в Четверг
14. Подпись	
Yours faithfully,	Искренне Ваш (если имя человека Вам не известно)
Yours sincerely,	(если имя Вам известно)

Критерии оценки писем: логичность содержания, наличие языковых клише, убедительность аргументации, грамотность, оформление работы.

Методические рекомендации по подготовке и защите презентации

- ✓ Определите тему, цель и план выступления.
- ✓ Установите продолжительность презентации;
- ✓ Обратите внимание на особенности слушателей;
- ✓ Предусмотрите включение слушателей в обсуждение темы-проблемы;
- ✓ Следите за манерой представления презентации: соблюдение зрительного контакта с аудиторией, выразительность, жестикуляция, телодвижения;
- ✓ Предусмотрите иллюстрации (но не перегружайте ими слайды), ключевые слова,
- ✓ Обязательно предусмотрите репетицию выступления в сопровождении с презентацией.

Требования к презентации:

- ✓ 7-12 слайдов в PowerPoint
- ✓ План презентации:
- ✓ Вступление (почему выбрана данная тема презентации) (2 слайда)
- ✓ Основная часть
- ✓ Заключение (выводы) (2 слайда)
- ✓ Спикер презентует свою тему и отвечает на вопросы участников.

Примерные клише для защиты презентации:
Начало

Starting	
Formal Meeting	**Informal Meeting**
Good morning/afternoon/evening ladies and gentlemen….. My name is … and I'm head of the marketing department. Our**purpose** this morning is to hear a presentation, and to **discuss** it with all of you.	Okay everybody. Please **take a seat**. Let's **get started**. If you have any questions, please **feel free to ask** me at the end of the presentation. We'll hear a presentation and discuss it to see if there are any **fresh ideas**.

take a seat – присаживайтесь, **purpose** – цель, **get started** – начать, **discuss** – обсуждать, **feel free to ask** – свободно спрашивайте, **fresh ideas** – свежие идеи.

Главная часть

Introduction	
Formal Meeting	**Informal Meeting**
As you already know, today's presentation **is designed** to present some important points of … This first **slide** shows our **agenda for** the day.	All right, **let me start** by **saying thanks** to all of you for the interest in this presentation. I would like to talk to you today about …. for… minutes.
First, I will begin with an **overview** of … Then, Ms. Smooth will **present the data** that she gathered and her ideas for … She will be followed by Mr. Hanson, who will discuss adapting our product to meet market needs, and **at last** we'll make a **conclusion** with the main recommendations.	First I would like to talk about…. Then I would like you to take a look at… Following that we're going to talk about… Then I'm going to **wrap things up** with our team's recommendations. Lastly we are going to discuss…
Since we have very limited time today, please **hold your questions** until the end of the presentation.	Any questions **so far**? Please feel free to **interrupt** me at any time.
be designed – быть задуманным, **slide** – слайд, **agenda** – повестка дня, **let me start** – позвольте начать, **say thanks** – благодарить, **overview** – обзор, **present the data** – представлять данные, **at last** – наконец, **conclusion** – заключение, **wrap things up** – завершим, **hold the questions** – держать (не забывать) вопросы, **so far** – пока, **interrupt** - прерывать	

Некоторые фразы, данные ниже, помогут не растеряться и сфокусировать внимание аудитории в наиболее важных точках презентации. Фразы одинаковы для любого типа презентации – формального и неформального.

English	**Russian**
Now we will look at… I'd like now to discuss… Let's now talk about… Let's now turn to… Let's move on to… That will bring us to our next point… Moving on to our next slide …	Теперь взглянем на … Теперь мне хотелось бы обсудить… Давайте теперь поговорим о … Теперь давайте перейдем к … Продолжим с … Это отсылает нас к следующему пункту … Двигаемся к нашему следующему слайду …

Заключение

English	**Russian**
Let's sum it up. Let's wrap it up. I would like to sum up the main points again… So, in conclusion… Finally let me just sum up today's main topics…	Давайте суммируем. Завершим. Еще раз хотел бы суммировать главное… Итак, в заключение… Наконец, подведем итог сегодняшним главным моментам…

Ответы на вопросы

English	**Russian**

I think I answered your question earlier. I'm glad you asked that. Well, as I already said… That's a very good question (of you to ask). So you are asking about… If I've understood you correctly you are asking about…	Я думаю, я ответил уже на Ваш вопрос ранее. Рад, что Вы спросили об этом. Итак, как я уже и говорил… Очень хороший вопрос (который Вы задали). Итак, Вы спрашиваете о … Если я правильно понял Вас, Вы спрашиваете о …

Оценка презентаций:

1. Если презентация оценена на «отлично» студент имеет право на ответ из двух аспектов на экзамене
2. Оценка презентаций складывается из голосования участников и профессионального мнения преподавателей

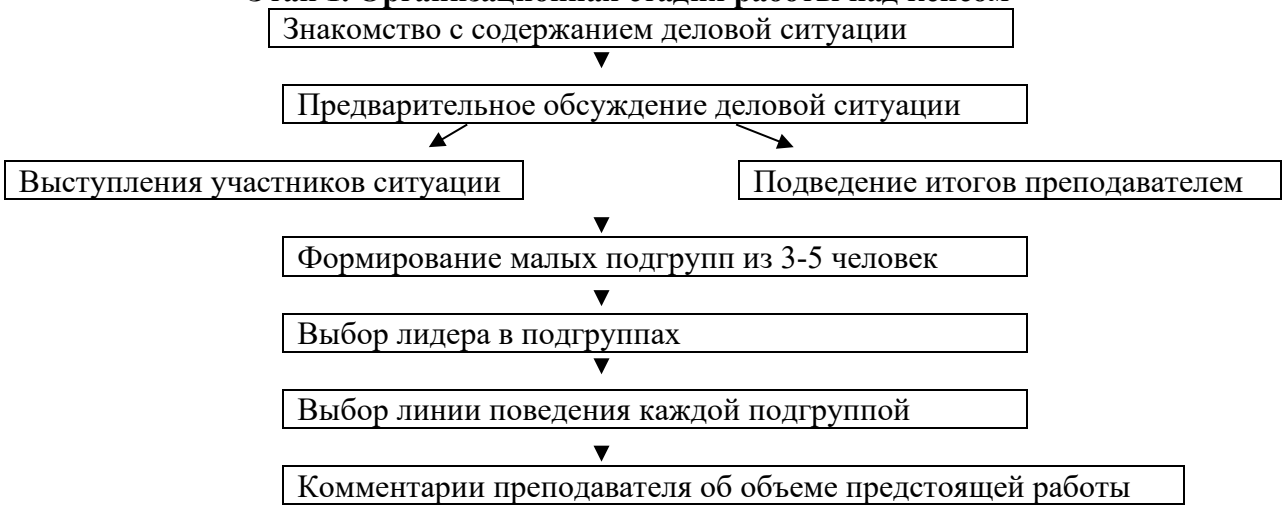
Методические рекомендации по работе с кейсами

«Кейс-стади» (от англ. «case study» – изучение конкретного случая / проблемы / ситуации). Суть кейс-технологии заключается в том, что студентам предлагается осмыслить деловую ситуацию, взятую из реальной экономической практики, которая не только отражает какую-либо практическую проблему, как правило, не имеющую однозначного решения, но и которая актуализирует определенный комплекс профессиональных и коммуникативных знаний и умений.

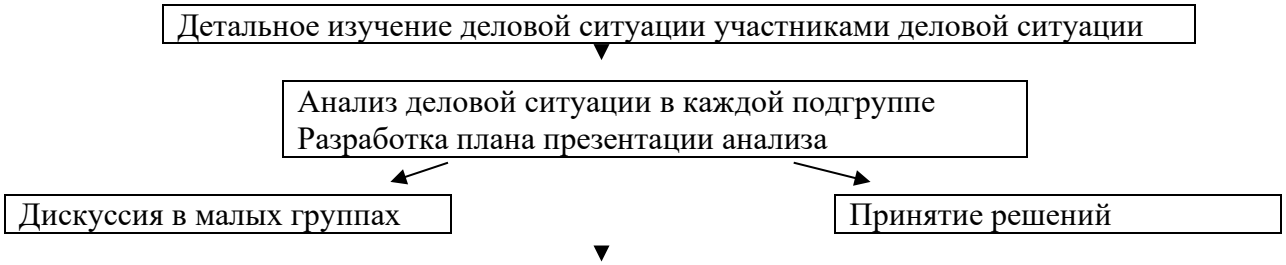
Участникам предлагается стать представителями компании, проблемы которой они только что детально изучили, и высказать свою точку зрения сначала в форме презентации (монологическая речь), а затем принять участие в дискуссии/переговорах (диалогическая и полилогическая формы общения), в ходе которой должно быть найдено оптимальное решение.

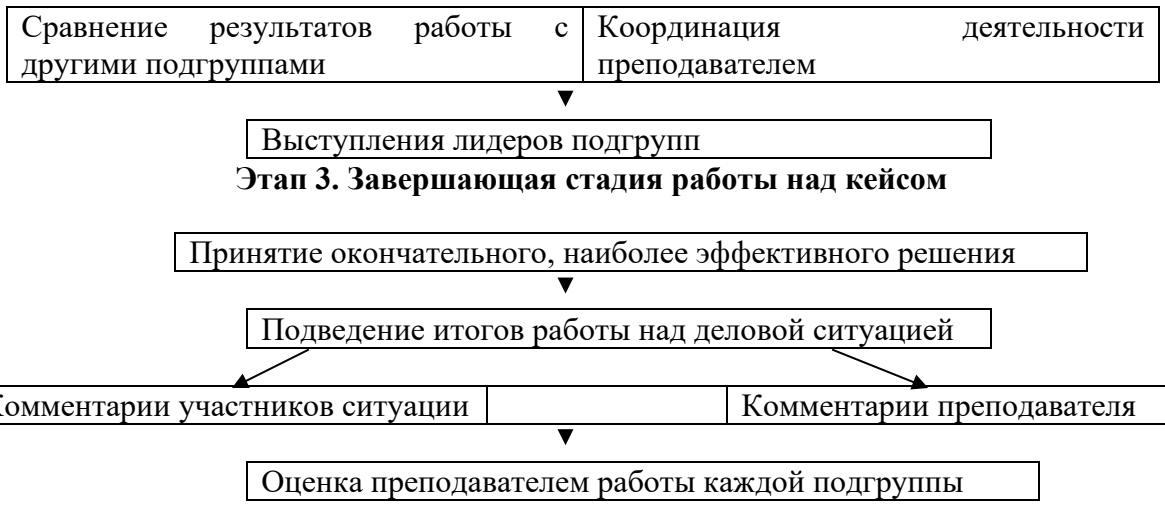
Схема работы с «case study»

Этап 1. Организационная стадия работы над кейсом



Этап 2. Рабочая стадия работы над кейсом





Примерные языковые клише для презентации кейса

1. Introduction. Background information.

Let me present (to you) a case which is devoted to the problem/question of… (which deals with/concentrates on). To start with, I'll give you some background information.

The company …. operates in the … industry, it produces/offers/provides….. on/in the …. market.

The company is based in…., it was founded in… by….

The company has a competitive edge over the rest of the industry/ its competitive advantages/unique selling propositions are…

2. Problem.

The problem the company faces is the following/as follows:…

The possible reasons for such a failure might be…

So the purpose of my presentation is to find ways … (to overcome these obstacles/to eliminate this risk/to increase the company's sales) or

My task is to analyze the current situation and suggest a solution to the problem/possible ways out/measures to improve the situation.

3. Solution.

The case offers /mentions a few options/there are a number of options in the case…

Let me enlist/name the options mentioned in the case…

Let's dwell on their advantages and disadvantages/benefits and drawbacks/pros and cons/strengths and weaknesses

In my opinion/to my mind/from my point of view/ as far as I am concerned

If the company implements the first idea, it will only benefit from employing this strategy because…

It's worth doing… for a number of reasons. On the one hand… on the other hand…

The most sensible/ profitable/shrewdest thing to do is…

It makes no sense to …./ it doesn't make much sense to…

The risks of this strategy are quite obvious. It might lead to/result in… or the company might end up doing…

4. Conclusion.

As you see the advantages of this option outweigh its disadvantages. If the company follows the above-mentioned plan it will hopefully regain its position on the market.

That seems to be all I wanted to say, now I'm ready to answer your questions.

Методические рекомендации по составлению резюме

Your resume is one of the most important tools you have when you are looking for a job. If you are planning to spread your wings and soar higher in your career, you need to make your

resume as attractive as possible, because with a solid resume you stand a better chance of landing a good job. In your resume you need to enumerate your personal details clearly and in the correct order.

1. Start with personal information. State your full name, your address, your contact phone numbers and your e-mail address.
2. Define your career objective.
3. Education. State your education qualifications starting with the most recent. Be sure to list all certificates and diplomas you have received. State all your academic achievements. (e.g. graduated with honors, *or* excelled in Maths and English, *or* made straight As in Maths and Languages).
4. State your actual work experience. Highlight abilities, skills and experience you have acquired. They should be related to the job you are applying for. If you have little or no work experience, concentrate on your skills and abilities.
5. You may also include information about some additional skills, languages you know (e.g. good working knowledge of Microsoft Word and Excel, Russian – native, fluent in English , knowledgeable in French and German, full current driving licence).
6. You can also include interests and activities that say something positive about you.
7. If you have no work experience, it will be a good idea to highlight your personal skills and qualities that are relevant to the position you are applying for (creative, sociable, resourceful, able to work under pressure of deadlines, reliable, a good team player, a quick learner, results oriented, excellent communication, organizational and time management skills).

Remember that long resumes are no longer in favour, and the single-page format gets the best result with the employer.

Your resume should not be a repeat of your cover letter.

If you have recommendation letters, include those too as separate attachments.

Bear in mind that the image you will create with your resume, must match the salary and responsibility level of the position you are applying for.

План практических занятий

1. Письменная речь.

Основы деловой переписки: клише, шапка письма, основные сокращения. Письмо-сопровождение. Письмо-подтверждение. Письмо-запрос. Письмо-просьба. Резюме.

2. Аудирование.

Восприятие речи (различение звуков, интонационных и ритмических моделей, паузации); распознавание слов (восприятие звукового образа слова, соотнесение этого образа с вокабуляром, восстановление лексико-грамматической и семантической информации о слове на основе восприятия его звуковой оболочки); обработка предложений (парцелляция, определение структуры предложения, выявление его компонентов); построение буквального смысла предложения (выбор релевантного значения для многозначных слов); сохранение информации в краткосрочной памяти; распознавание когезивных средств в речи; интерпретация имплицитного содержания и интенции речевого акта; прогнозирование;ориентация в ситуации, формулировка ответа.

3. Лексика.

Лексический запас английских фразеологических и идиоматических оборотов, усвоение наиболее употребительных синонимов, антонимов и омонимов английского языка по следующим темам:

- Forms of business organizations
- Company structures
- Management
- Recruitment and selection
- Cultural awareness in business

- Financial statements
- International trade
- Marketing
- Advertising
- Ethics in business
- Managing change
- Branding

4. Грамматика

Морфология

Глагол. Действительный и страдательный залоги *(Active and Passive Voices).* Особенности перевода страдательных конструкций на русский язык. Модальные глаголы и их эквиваленты. Глаголы *to be* и *to have*, употребляющиеся в самостоятельном, модальном (эквивалентно модальным глаголам, выражающим возможность, вероятность, долженствование) и вспомогательном значениях. Основные сведения о сослагательном наклонении.

Неличные формы глагола: инфинитив (Infinitive) и его функции; герундий (Gerund) и его функции; причастия (Participle I и Participle II) в функциях определения и обстоятельства. Сложные формы инфинитива и причастия.

Синтаксис

Простое распространенное предложение. Прямой порядок слов повествовательного и побудительного предложений в утвердительной и отрицательной формах. Обратный порядок слов вопросительного предложения.

Сложносочиненное и сложноподчиненное предложения. Независимый (самостоятельный) причастный оборот. Инфинитив в функции определения и перевод его на русский язык определительным придаточным предложением. Объективный инфинитивный оборот (the Objective Infinitive Construction/Complex Object); субъективный инфинитивный оборот (the Subjective Infinitive Construction/Complex Subject).

5. Коммуникативная практика.

Речевые акты и ситуационно оправданное речевое поведение: Коммуникативные действия, направленные на учет позиции собеседника либо партнера по деятельности (интеллектуальный аспект коммуникации). Речевые действия, служащие средством коммуникации (передачи информации другим людям), способствуют осознанию и усвоению отображаемого содержания. Коммуникативные действия, направленные на кооперацию, т.е. согласование усилий по достижению общей цели, организации и осуществлению совместной деятельности

Рекомендации по обучению инвалидов и лиц с ОВЗ

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ОВЗ может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах. Предполагаются специальные условия для получения образования инвалидами и лицами с ОВЗ.

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

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. № АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления

материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

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

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам инвалидов и лиц с ОВЗ.

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

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

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

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

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

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

Учебная аудитория, предназначенная для проведения учебных занятий, предусмотренных настоящей рабочей программой дисциплины, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения, в состав которых входят: комплекты специализированной учебной мебели, доска классная, мультимедийный проектор, экран, компьютер с установленным лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся – аудитория, оснащенная следующим оборудованием и техническими средствами: специализированная мебель для преподавателя и обучающихся, доска учебная, мультимедийный проектор, экран, звуковые колонки, компьютер (ноутбук), персональные компьютеры для работы обучающихся с установленным лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду.