

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 19.09.2023 16:27:37
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf55f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»



Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

ДЕЛОВОЙ АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

Направление подготовки
41.03.01 Зарубежное регионоведение

Направленность (профиль)
«Европейские исследования»

Для студентов 3 – 4 курсов очной формы обучения

Составитель: к. филол. н., доцент Е. А. Пигаркина

Тверь, 2023

I. Аннотация

1. Цель и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины «Деловой английский язык» является: формирование у обучающихся компетенций, которые позволяют им углубить профессиональное владение ведением официальной документации на английском языке и перевода документов с английского языка на русский.

Задачами освоения дисциплины являются: углубление знаний и совершенствование компетенций, сформированных в процессе обучения иностранному языку.

Для успешного освоения данного курса студент должен знать экономические, политические и культурные процессы и реалии стран изучаемого региона и Российской Федерации, основные понятия и теоретические положения переводоведения, особенности текстов различных функциональных стилей; уметь использовать на практике теоретические знания в области перевода, выражать собственную точку зрения и аргументировать ее на изучаемом языке, понимать и анализировать информацию на изучаемом языке; владеть лексикой и грамматикой на уровне B1 – B2 по общеевропейскому языковому стандарту

2. Место дисциплины в структуре ООП

Учебная дисциплина «Деловой английский язык» входит в часть ООП, формируемую участниками образовательных отношений. Поскольку программа курса направлена на обучение студентов, ранее изучавших данный язык, то при обучении учитывается уровень подготовки студентов, изыскиваются возможности для интенсификации учебного процесса с целью достижения необходимого минимального критического уровня знаний по иностранному языку и обеспечения положительного переноса знаний, умений и навыков из области родного языка. Дисциплина связана с изучением таких дисциплин как «Иностранный язык», «Практикум по иностранному языку», «Практикум по переводу деловой документации», «Русский язык и культура речи».

3. Объем дисциплины: 10 зачетных единиц, 360 академических часов, в том числе:

контактная аудиторная работа: лекции – 49 часов, практические занятия – 49 часов;

самостоятельная работа: 262 часа, в том числе контроль – 27 часов.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1. Способен устанавливать контакты, вести официальную и деловую документацию, переписку на языке(ах) региона специализации	ПК-1.2. Применяет нормы и правила ведения личной и официальной переписки на языке региона специализации, грамотно использует адекватные задаче языковые конструкции

5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения: зачет – в 5 и 6 семестрах, экзамен – в 7 семестре.

6. Язык преподавания: русский, английский.

II. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Учебная программа – наименование разделов и тем	Всего (час.)	Контактная работа (час.)				Контроль самостоятельной работы (в том числе курсовая работа)	Самостоятельная работа, в том числе контроль (час.)
		Лекции		Практические занятия			
		всего	в т.ч. практическая подготовка	всего	в т.ч. практическая подготовка		
5 семестр							
Раздел 1. Глобализация							
1.1. Глобализация: проблемы и преимущества / грамматика –	10	2	0	2	0	0	6

сравнительные структуры							
1.2. Выход на новые рынки / лексика, описывающая типы рынков / практика – правила телефонной беседы	10	2	0	2	0	0	6
1.3. Бренды, продвижение продукта на рынке / грамматика – Past Simple and Present perfect / практика – ведение собрания	8	2	0	0	0	0	6
Раздел 2. Выход бизнеса на новые рынки							
2.1. Деловые поездки / грамматика - исчисляемые и неисчисляемые существительные	8	0	0	2	0	0	6
2.2. Рекламная деятельность/ грамматика: артикль Рекламная литература / лексика – английская и американская лексика, связанная с командировками/ практика – написание рекламного листка	7	2	0	0	0	0	5
2.3. Наружная реклама: интервью с менеджером по маркетингу / практика - презентация рекламной кампании	7	0	0	2	0	0	5
2.4. Практика – 1) использование речевых конструкций мягкого убеждения, ведение переговоров; 2) презентация рекламной кампании	7	2	0	0	0	0	5
Раздел 3. Бренды							
3.1. Бренды, продвижение продукта на рынке 3.2. Грамматика – Past Simple and Present perfect	7	0	0	2	0	0	5

3.3. Практика – ведение собрания 3.4. Лексика – согласие и несогласие с чужим мнением. Как узнать полезную информацию?	7	2	0	0	0	0	5
Раздел 4. Рыночное пиратство							
4.1. Рыночное пиратство. Лексика – словосочетания с brand 4.2. Грамматика – артикль. Практика – вежливое несогласие с чужим мнением	7	0	0	2	0	0	5
Раздел 5. Международная торговля							
5.1. Импорт и экспорт товаров / грамматика – условное наклонение / типы международной торговой документации	7	2	0	0	0	0	5
Раздел 6. Инновационная деятельность							
6.1. Инновации в бизнесе / грамматика – пассивный залог / Лексика, описывающая инновационную деятельность / Практика – написание письма – запроса и ответ на письмо-запрос	7	0	0	2	0	0	5
6.2 Инновации / лексика – лексика с положительными и отрицательными значениями, описывающая изобретения / практика – принципы ведения переговоров	8	2	0	1	0	0	5
Раздел 7. Организации							
7.1 Организация деятельности компании / грамматика – словосочетания с существительными	8	1	0	2	0	0	5

Структура компании, типы компаний / лексика, описывающая структуру и типы коммерческих предприятий / практика – написание отчета; практика – лексика, описывающая личность, просьба повторить сказанное							
Итого по 5 семестру	108	17	0	17	0	0	74
6 семестр							
Раздел 8. Деньги							
8.1. Деньги. Тенденции, фондовый рынок	7	2		0			5
8.2. Деньги / лексико-грамматический материал – сложные числительные. Описание тенденций развития финансовых рынков: графики, диаграммы, схемы	7	0		2			5
Раздел 9. Охрана здоровья							
9.1. Залог здоровья. Альтернативная медицина	7	2		0			5
9.2. Заболевания	7	0		2			5
9.3. Модальные глаголы. Идиомы «здоровье и симптомы». Фразовые глаголы	7	2		0			5
9.4. Правила и продвинутые техники презентации: повторы, риторические вопросы, примеры, контраст, противопоставление	7	0		2			5
Раздел 10. Кинематографическое искусство							
10.1. Знаменитости	8	2		0			6
10.2. Прилагательные и наречия	8	0		2			6
10.3. Развитие грамматических и лексических средств	8	2		0			6

оратора в презентации							
Раздел 11. Профессия и работа							
11.1. Социальная работа	7	0		2			5
11.2. Устройство на работу. Собеседование	7	2		0			5
11.3. Возвратные глаголы. Косвенная речь	7	0		2			5
11.4. Развитие доброжелательности к аудитории	7	2		0			5
Раздел 12. Мировая экономическая география							
12.1. Географические открытия	6	0		1			5
12.2. Позитивная психология	8	1		2			5
Итого по 6 семестру	108	15		15			78
7 семестр							
Раздел 1. Договор как тип текста							
1.1. Различия в аналоговых документах, составленных на разных языках. Договор как тип текста. Структура договора. 4 вида различий в аналоговых документах, составленных на разных языках (формальные, лексико-грамматические, культурные, юридические)	11	2		1			8
1.2. Время и форма глагола в договоре. Значения и перевод модальных глаголов долженствования, употребляющихся в договоре shall, may, will, must, etc.)	11	1		2			8
1.3. Бренды, продвижение продукта на рынке / грамматика – Past Simple and Present	10	2		0			8

perfect / практика – ведение собрания							
Раздел 2. Предмет контракта. Цена и общая сумма контракта							
2.1. Структура раздела. Основные особенности в английском и русском языке	10	0		2			8
2.2. Стратегия перевода. Основные термины, клише и лексические единицы раздела	10	2		0			8
2.3. Инкотермс (значения, типичные формулировки в договоре)	9	0		2			7
Раздел 3. Принципы написания и передачи в переводе адреса, названий компаний, названий должностей							
3.1. Грамматика – Past Simple and Present perfect	9	2		0			7
3.3. Практика – ведение собрания	9	0		2			7
Раздел 4. Сроки поставки. Сдача-приемка товара							
4.1. Словосочетания с brand 4.2. Грамматика – артикль. Практика – вежливое несогласие с чужим мнением	9	2		0			7
Раздел 5. Страхование							
5.1. Импорт и экспорт товаров / грамматика – условное наклонение/ типы международной торговой документации	9	0		2			7
5.2. Основные термины, клише и лексические единицы раздела	9	2		0			7
Раздел 6. Инновационная деятельность							
6.1. Инновации в бизнесе / грамматика – пассивный залог / Лексика, описывающая инновационную деятельность	9	0		2			7
Раздел 7. Организации							

7.1. Структура компании, типы компаний/ лексика, описывающая структуру и типы коммерческих предприятий/ практика – написание отчета	11	2		2			7
Раздел 8. Интервью / Собеседование							
8.1. Принципы отбора кандидата на вакансию, описание личностных качеств; лексика, описывающая типы деятельности и относящаяся к работе	9	0		2			7
Раздел 9. Переписка, сопутствующая заключению договора и выполнению обязательств по договору							
9.1. Основные типы писем, сопутствующие заключению договора	9	2		0			7
Итого по 7 семестру	144	17		17			110
ИТОГО ПО КУРСУ	360	49		49			262

III. Образовательные технологии

Учебная программа – наименование разделов и тем <i>(в строгом соответствии с разделом II РПД)</i>	Вид занятия	Образовательные технологии
5 семестр		
Раздел 1. Глобализация		
1.1. Глобализация: проблемы и преимущества / грамматика – сравнительные структуры	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
1.2. Выход на новые рынки / лексика, описывающая типы рынков / практика – правила телефонной беседы	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
1.3. Бренды, продвижение продукта на рынке / грамматика – Past Simple and	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового

Present perfect / практика – ведение собрания		штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
Раздел 2. Выход бизнеса на новые рынки		
2.1. Деловые поездки / грамматика - исчисляемые и неисчисляемые существительные	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
2.2. Рекламная деятельность/ грамматика: артикль Рекламная литература / лексика – английская и американская лексика, связанная с командировками/ практика – написание рекламного листка	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
2.3. Наружная реклама: интервью с менеджером по маркетингу / практика - презентация рекламной кампании	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
2.4. Практика – 1) использование речевых конструкций мягкого убеждения, ведение переговоров; 2) презентация рекламной кампании	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
Раздел 3. Бренды		
3.1. Бренды, продвижение продукта на рынке 3.2. Грамматика – Past Simple and Present perfect	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
3.3. Практика – ведение собрания 3.4. Лексика – согласие и несогласие с чужим мнением. Как узнать полезную информацию?	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
Раздел 4. Рыночное пиратство		
4.1. Рыночное пиратство. Лексика – словосочетания с brand 4.2. Грамматика – артикль. Практика – вежливое несогласие с чужим мнением	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
Раздел 5. Международная торговля		
5.1. Импорт и экспорт товаров	Лекционное /	Информационные (цифровые) и

/ грамматика – условное наклонение / типы международной торговой документации	практическое занятие	дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
Раздел 6. Инновационная деятельность		
6.1. Инновации в бизнесе / грамматика – пассивный залог / Лексика, описывающая инновационную деятельность / Практика – написание письма – запроса и ответ на письмо-запрос	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
6.2 Инновации / лексика – лексика с положительными и отрицательными значениями, описывающая изобретения / практика – принципы ведения переговоров	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
Раздел 7. Организации		
7.1 Организация деятельности компании / грамматика – словосочетания с существительными Структура компании, типы компаний / лексика, описывающая структуру и типы коммерческих предприятий / практика – написание отчета; практика – лексика, описывающая личность, просьба повторить сказанное	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
6 семестр		
Раздел 8. Деньги		
8.1. Деньги. Тенденции, фондовый рынок	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
8.2. Деньги / лексико-грамматический материал – сложные числительные. Описание тенденций развития финансовых рынков: графики, диаграммы, схемы	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
Раздел 9. Охрана здоровья		
9.1. Залог здоровья. Альтернативная медицина	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга.

		Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
9.2. Заболевания	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
9.3. Модальные глаголы. Идиомы «здоровье и симптомы». Фразовые глаголы	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
9.4. Правила и продвинутые техники презентации: повторы, риторические вопросы, примеры, контраст, противопоставление	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
Раздел 10. Кинематографическое искусство		
10.1. Знаменитости	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
10.2. Прилагательные и наречия	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
10.3. Развитие грамматических и лексических средств оратора в презентации	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
Раздел 11. Профессия и работа		
11.1. Социальная работа	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
11.2. Устройство на работу. Собеседование	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.

11.3. Возвратные глаголы. Косвенная речь	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
11.4. Развитие доброжелательности к аудитории	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
Раздел 12. Мировая экономическая география		
12.1. Географические открытия	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
12.2. Позитивная психология	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
7 семестр		
Раздел 1. Договор как тип текста		
1.1. Различия в аналоговых документах, составленных на разных языках. Договор как тип текста. Структура договора. 4 вида различий в аналоговых документах, составленных на разных языках (формальные, лексико-грамматические, культурные, юридические)	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
1.2. Время и форма глагола в договоре. Значения и перевод модальных глаголов долженствования, употребляющихся в договоре shall, may, will, must, etc.)	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
1.3. Бренды, продвижение продукта на рынке / грамматика – Past Simple and Present perfect / практика – ведение собрания	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
Раздел 2. Предмет контракта. Цена и общая сумма контракта		
2.1. Структура раздела. Основные особенности в	Лекционное / практическое	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с

английском и русском языке	занятие	использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
2.2. Стратегия перевода. Основные термины, клише и лексические единицы раздела	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
2.3. Инкотермс (значения, типичные формулировки в договоре)	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
Раздел 3. Принципы написания и передачи в переводе адреса, названий компаний, названий должностей		
3.1. Грамматика – Past Simple and Present perfect	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
3.3. Практика – ведение собрания	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
Раздел 4. Сроки поставки. Сдача-приемка товара		
4.1. Словосочетания с brand 4.2. Грамматика – артикль. Практика – вежливое несогласие с чужим мнением	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
Раздел 5. Страхование		
5.1. Импорт и экспорт товаров / грамматика – условное наклонение/ типы международной торговой документации	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
5.2. Основные термины, клише и лексические единицы раздела	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
Раздел 6. Инновационная деятельность		
6.1. Инновации в бизнесе /	Лекционное /	Информационные (цифровые) и

грамматика – пассивный залог / Лексика, описывающая инновационную деятельность	практическое занятие	дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
Раздел 7. Организации		
7.1. Структура компании, типы компаний/ лексика, описывающая структуру и типы коммерческих предприятий/ практика – написание отчета	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
Раздел 8. Интервью / Собеседование		
8.1. Принципы отбора кандидата на вакансию, описание личностных качеств; лексика, описывающая типы деятельности и относящаяся к работе	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.
Раздел 9. Переписка, сопутствующая заключению договора и выполнению обязательств по договору		
9.1. Основные типы писем, сопутствующие заключению договора	Лекционное / практическое занятие	Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга. Возможно применение дистанционных образовательных технологий.

IV. Оценочные материалы для проведения текущей и промежуточной аттестации

4.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации.

Примерный перечень проектов и презентаций:

Раздел	Тема эссе/ реферата	Контрольные вопросы / задания / этапы выполнения
1. Глобализация	Решение проблем международной компании в связи с процессами глобализации (реферат)	Положительное влияние глобализации на деятельность международного глобального бизнеса Отрицательные стороны глобализации на местном уровне Проблемы брендов, связанные с глобализацией бизнеса
2. Выход бизнеса на новые рынки	Лидирующий бренд: характеристики, рыночные проблемы (эссе)	История бренда как маркетинговый ход Люксовые бренды и возможности рынка
	Деловые поездки (презентация)	Составление адженды руководителя в период деловой поездки (проект с презентацией)

	Реклама (презентация)	Составление плана рекламной компании
3. Бренды	Разработка и презентация рекламной кампании нового бренда	Замысел бренда, его маркетинговая ниша, обоснование ценовой политики; целевая аудитория; тип рекламной компании
4. Рыночное пиратство	Региональные и бизнес особенности рыночного пиратства. (реферат)	Пиратство в сфере материальной собственности Пиратство в сфере интеллектуальной собственности
5. Международная торговля	Ведение переговоров о коммерческой сделке (реферат) Согласование изменений в бизнесе, подвергшемся недружественному поглощению (реферат/ ролевая игра)	Контракт и типы контрактов Типы оплаты за товар в сфере импорта-экспорта Приобретение компаний, слияния и поглощения
6. Инновационная деятельность	Получение инновационного продукта (реферат по результатам работы в малой группе)	Работа в команде, принципы строения команды, теория команд
7. Организации	Организация структуры, принципов деятельности и рабочей практики международной туристической фирмы (Презентация)	Принципы структурирования бизнеса Структура капитала компании Иерархическая и линейная организация деятельности компании
8. Рабочая деятельность	Личность руководителя компании: принципы отбора кандидата на руководящую должность Планирование деловой поездки руководителя (презентация адженды)	Задачи владельцев компании при выборе руководителя крупного подразделения. Особенности личности, способные положительно или отрицательно повлиять на результаты деятельности компании
9. Деньги	Изыскание средств под новый инвестиционный проект (презентация)	Составление бизнес- плана нового бизнес-проекта

4.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации.

Планируемый образовательный результат (компетенция, индикатор)	Формулировка задания	Вид и способ проведения промежуточной аттестации	Критерии и шкала оценивания
ПК-1.2. Применяет нормы и правила ведения личной и официальной переписки на языке	Письменный перевод с английского языка на русский текст, построенных на	Письменная контрольная работа	Не владеет навыками ведения официальной и деловой документации на языке региона

<p>региона специализации, грамотно использует адекватные задаче языковые конструкции</p>	<p>изученном лексическом и грамматическом материале</p>		<p>специализации – 1 балл</p> <p>При составлении официальных и деловых документов не владеет правилами составления документов, допускает грубые лексические, грамматические, орфографические ошибки – 2 балла</p> <p>Владеет нормами оформления документов официального и делового характера, но допускает многочисленные ошибки, затрудняющие понимание документа – 3 балла</p> <p>Владеет нормами оформления документов официального и делового характера, но допускает незначительные ошибки – 4 балла</p> <p>Владеет нормами оформления документов официального и делового характера – 5 баллов</p>
--	---	--	---

V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

1) Рекомендуемая литература

а) Основная литература

1. Сергейчик, Т. С. Английский язык в сфере делового общения : учебное пособие / Т. С. Сергейчик. — Кемерово : КемГУ, 2010. — 107 с. — ISBN 978-5-8353-0096-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-

библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/30094> (дата обращения: 21.12.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

б) Дополнительная литература

2. Деловой английский. Деловая переписка. Business English. Business Correspondence : учебное пособие / . — Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2012. — 228 с. — ISBN 978-5-7779-1518-4. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/24882.html> (дата обращения: 21.12.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Дон-Мишель Бод Kind regards: деловая переписка на английском языке / Дон-Мишель Бод. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 320 с. — ISBN 978-5-9614-6530-3. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/86726.html> (дата обращения: 21.12.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
4. Платова, Е. Д. Effective Presentations in English : учебное пособие / Е. Д. Платова. — Оренбург : ОГУ, 2019. — 140 с. — ISBN 978-5-7410-2406-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/160030> (дата обращения: 21.12.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
5. Longman dictionary of contemporary English / [director Della Summers]. - 20th impr. - Harlow : Pearson, 2007. - XVII,1949 p. : ill. + 1 CD-ROM. - ISBN 978-1-405-86221-9 : 646.82.
6. Williams Erica J. Presentations in English : find your voice as a presenter / Williams Erica J. - Oxford : Macmillan, 2010. - 128 p. : ill. + 1 электрон. опт. диск (DVD-ROM). - ISBN 978-0-230-02878-4 : 786.00.

2) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети

«Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Научная библиотека Тверского государственного университета [Электронный ресурс]. — URL: <http://library.tversu.ru> (дата обращения: 21.12.2021).

2. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]. – URL: <http://cyberleninka.ru/> (дата обращения: 21.12.2021).
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. – URL: <https://elibrary.ru/defaultx.asp> (дата обращения: 21.12.2021).
4. Поисковая система Академии Google [Электронный ресурс]. – URL: <http://scholar.google.ru> (дата обращения: 21.12.2021).
5. Российский фонд фундаментальных исследований [Электронный ресурс]. – URL: <https://podpiska.rfbr.ru/> (дата обращения: 21.12.2021).
6. Университетская библиотека ONLINE [Электронный ресурс]. – URL: <https://biblioclub.ru/> (дата обращения: 21.12.2021).
7. Электронная библиотека «Юрайт» [Электронный ресурс]. – URL: <https://urait.ru/> (дата обращения: 21.12.2021).
8. Электронно-библиотечная система «Лань» [Электронный ресурс]. – URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения: 21.12.2021).
9. Электронно-библиотечная система IPR SMART [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/> (дата обращения: 21.12.2021).
10. Электронно-библиотечная система Znanium.com [Электронный ресурс]. – URL: <https://znanium.com/> (дата обращения: 21.12.2021).
11. Электронно-библиотечная система ТвГУ [Электронный ресурс]. – URL: <http://megapro.tversu.ru/megapro/> (дата обращения: 21.12.2021).

VI. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

6.1. Примеры контрольных заданий

5 семестр

1. Look at the statements below and the comments given on the opposite page by mobile phone retailers.
2. Which section (**A**, **B**, **C** or **D**) does each statement **1 – 7** refer to?
3. For each statement **1 – 7**, mark one letter (**A**, **B**, **C** or **D**) on your Answer Sheet.
4. You will need to use some of these letters more than once.

A Market awareness of the mobile telephone has exploded and the retailer who specializes in mobile phones is seeing growth like never before. Admittedly, some customers buy their first mobile phone in the supermarket, but for advice, add-ons and particular services

they turn to the specialist. There are a large number of mobile phone retailers and I can't help but feel the market only has room for four players. Undoubtedly, customer service is the factor that differentiates operators and I think this year we will probably see rationalisation in the sector.

B When I first started in the industry, mobile phones were retailing at a thousand pounds and were as large as box files. Now, prices are constantly being driven down and handsets are considerably more compact. There is intense competition between the network providers, and every time they lower their tariffs, more people come into the market. This will continue, and while retail dealers' profits will be affected dramatically, network providers will have to generate more revenue by offering internet provision and data services to the mobile user.

C Over a few years, prices have dropped sharply and technological advances have meant products have changed – and are changing. Successful retailers must try to keep on top of these developments and invest in the training of employees so they are able to offer impartial advice to customers. E-commerce is taking off but this won't necessarily replace traditional retail outlets. In order to stand out, you need innovative ideas on customer service. We don't believe in criticising other retailers, but there's nothing particularly exciting out there at present.

D The mobile phone business is behaving like the internet industry in take-up and the pace of innovation, and it's important not to be left behind. We must continue to innovate in delivering the product to the customer. In terms of service provision, you can draw comparisons between us and our closest rival, but clearly all the main mobile phone retailers have succeeded in taking the industry forward. Growth has accelerated rapidly and the mobile telephone has changed from simply being a business tool, to being a means of communication for everyone.

- 1 the need for retail staff to stay informed about the mobile phones they are selling
- 2 the belief that the market will not sustain the present number of mobile phone retailers
- 3 the use of mobile phones no longer being restricted to a specific group of people
- 4 the relationship between charges and the number of mobile phone users
- 5 a negative view of competing mobile phone retailers
- 6 a comparison between change in the mobile phone industry and that in a different sector
- 7 those services available at mobile phone outlets that are not provided by other retailers.

6 семестр

1. Read the advice below about the use of technology in presentations.
2. Choose the best word to fill each gap from **A**, **B**, **C** or **D** on the opposite page.
3. For each question **19 – 33**, mark one letter (**A**, **B**, **C** or **D**) on your Answer Sheet.
4. There is an example at the beginning, (**0**).

Most presentations today (**0**) . . . **B** . . . on the use of some sort of technology, such as a laptop computer linked to a projector. While this technology can help to (**19**) presentations better, it also has a (**20**) of getting in the way. As a general (**21**), it is better to (**22**) on the content of a presentation as a means of (**23**) your audience's attention, rather than relying on sophisticated equipment.

Bear in mind that when an organization invites (**24**) for a contract, they may (**25**) four or five presentations from different companies on the same day. Each of these companies will probably be using the same computer graphics (**26**) and the same equipment. The chances are the presentations will be similar too.

That's why the content and (**27**) of what you say are important. Think about what you want to say and how to say it as clearly as possible. As a first step, you need to (**28**) the main points you want to get across. Audiences are easily bored and (**29**) to remember only the most entertaining, exciting or unusual ideas.

Next create your materials, choosing the images for your presentation carefully. Remember you do not want to stop your audience from listening to you, nor do you want to (**30**) them. Finally, make all the necessary (**31**) for the equipment you need. If technology is

to be an important **(32)** of your presentation, make sure you know how to use it **(33)** and test it out beforehand.

19	A produce	B make	C construct	D build
20	A behavior	B habit	C practice	D routine
21	A method	B law	C rule	D course
22	A focus	B define	C target	D direct
23	A gaining	B acquiring	C collecting	D taking
24	A requests	B calls	C bids	D commands
25	A appoint	B programme	C schedule	D catalogue
26	A parcels	B packets	C bundles	D packages
27	A formation	B design	C structure	D system
28	A catalogue	B label	C mark	D identify
29	A point	B tend	C lead	D move
30	A disorder	B mistake	C confuse	D complicate
31	A appointments	B procedures	C arrangements	D organizations
32	A share	B role	C function	D element
33	A precisely	B suitably	C properly	D accurately

7 семестр

1. Read the article below about a survey of businesswomen staying in hotels.
2. Choose the best sentence from the opposite page to fill each of the gaps.
3. For each gap **8 – 12**, mark one letter (**A – G**) on your Answer Sheet.
4. Do not use any letter more than once.
5. There is an example at the beginning, **(0)**.

Hoteliers should take note because they are facing serious criticism! Women account for more than half of all business travellers, but hotels are not doing enough for them. **(0)** G

..... These show that the number of complaints made about the way women guests are treated is increasing.

The Bartonsfield Hotel in London also conducted a recent survey of UK businesswomen, which reveals that 70% feel they receive an inferior service. **(8)** The attitude of hotel staff made them feel out of place in public areas; for example, 62% chose to eat in their rooms because they were made to feel uncomfortable by staff when dining alone. **(9)**

Four years ago, for example, a similar survey had revealed that a significant number of women travelling alone and wishing to use the hotel restaurant were actually turned away. Many of the suggestions for improved services put forward by the Business Travel Association are relatively simple. **(10)**..... Placing tables in restaurants in a way that allows the head waiter to introduce guests to one another, so they choose to sit together over a meal, was a further suggestion. Guests in the dining room would then have the opportunity to meet up with others who might, for example, be attending the same conference, or have the same business interests.

Wendy Manning, executive manager of the Bartonsfield Hotel, agreed with the Business Travel Association that hotel star ratings should be influenced by the level of service they offer to female business guests. **(11)**..... ‘Our survey highlighted the unwillingness of many women to air their views if they are treated badly,’ Wendy Manning pointed out. A group of influential businesswomen recently met to discuss the results of the Business Travel Association questionnaire. They suggested that businesswomen should not hesitate to make it clear if they have a problem. **(12)**..... Once clients have gone, it is all too easy for the issue to be ignored by hotel managers, and it will also be forgotten by the overworked business executives themselves.

- A** The hotel staff assumed they should be booked into the same room.
- B** But there is clear evidence that things are slowly improving.
- C** This would enable women to make an informed choice about a hotel, and they would not be placed in the uncomfortable position of having to complain about poor service.
- D** It is advisable for them to do this during their stay rather than waiting until they check out.
- E** Making sure that facilities in guest bedrooms cater equally for the needs of male and female guests is one such idea.
- F** Most of the women, when questioned further, thought that the reason for this was that they were female and travelling alone.
- G** This is evident from the results of a questionnaire distributed to hotel guests by the Business Travel Association.

6.3. Требования к рейтингу

Качество усвоения студентом дисциплины оценивается по 100-балльной шкале, при этом максимальная сумма рейтинговых баллов по дисциплине, заканчивающейся зачетом, составляет 100 баллов за семестр, экзаменов – 60 баллов за семестр. Итоговое количество баллов складывается из суммы баллов, полученных за семестр, и баллов, полученных на зачете / экзамене.

Каждый семестр делится на два модуля (периода обучения), по окончании которых осуществляется контроль успеваемости. Явка студентов на мероприятия рейтингового контроля успеваемости обязательна как в очной, так и в дистантной форме проведения.

Модульный контроль проводится в письменной форме. Сроки проведения рейтингового контроля устанавливаются университетом. Рейтинговая оценка (баллы) по каждому модулю складывается из оценки текущей работы студента (работа на лекциях, подготовка и работа на практических занятиях, модульный контроль) и премиальных баллов. При этом доля баллов, выделенных на модульный контроль не превышает 50 % общей суммы баллов в модуле (не более 25 баллов из 50). Модульный контроль является обязательным при оценивании успеваемости студента и подведении итогов в семестре. Премиальные баллы начисляются студенту за активную учебную позицию на практических занятиях при условии их полной посещаемости.

Студент, набравший от 40 баллов и выше в семестре, получает отметку «зачтено». Обязательным условием получения зачета по дисциплине является прохождение модульного контроля. Студент, набравший до 39 баллов

включительно и / или не прошедший модульный контроль, сдает зачет. При наличии подтвержденных документально уважительных причин, по которым были пропущены занятия (в т.ч. модульный контроль), студент имеет право отработать пропуски и получить баллы в рамках установленных баллов за модуль. Формат отработки пропусков обсуждается в индивидуальном порядке с учетом общей картины успеваемости студента при его личном обращении. Ликвидация академической задолженности осуществляется в порядке, установленном университетом.

Рейтинговая система оценки на экзамене рассчитывается исходя из суммарного количества баллов, набранных студентом в течение семестра (в двух модулях) и на экзамене:

1 модуль – 30 баллов;

2 модуль – 30 баллов;

экзамен – 40 баллов.

Оценка «отлично» выставляется от 85 баллов и выше, «хорошо» - от 70 до 84 баллов, «удовлетворительно» - от 40 до 69 баллов. Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если студент набрал менее 39 баллов суммарно в двух модулях и на экзамене. Ликвидация академической задолженности осуществляется в соответствии с положением ТвГУ.

6.4. Методические рекомендации по выполнению творческих работ (написание эссе)

Эссе студента – это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем (тема может быть предложена и студентом, но обязательно должна быть согласована с преподавателем). Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. Написание эссе позволяет автору научиться четко и грамотно формулировать мысли, структурировать информацию, использовать основные категории анализа, выделять причинно-следственные

связи, иллюстрировать понятия соответствующими примерами, аргументировать свои выводы. Помогает овладеть научным стилем речи.

Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. В зависимости от специфики дисциплины формы эссе могут значительно дифференцироваться. В некоторых случаях это может быть анализ имеющихся статистических данных по изучаемой проблеме, анализ материалов из средств массовой информации, подробный разбор предложенной задачи и т.д.

6.5. Методические рекомендации по подготовке презентации

Презентация – официальное представление заинтересованной аудитории некоторой еще неизвестной или малоизвестной информации о событии или продукте.

Структура презентации:

1) Вступление

1.1. Поздоровайтесь и представьтесь.

1.2. Назовите тему сообщения.

1.3. Поясните, почему именно вы представляете данную тему.

1.4. Подчеркните выгоды, которые получит аудитория, выслушав вас.

1.5. Представьте план вашего выступления.

1.6. Скажите, когда вы будете готовы отвечать на вопросы.

1.7. Начинайте с пункта 1 вашего плана.

2) Основная часть (этот цикл может повторяться несколько раз в зависимости от количества ключевых идей)

2.1. Опишите ситуацию/проблему.

2.2. Сформулируйте ключевую идею № 1 (2, 3...).

2.3. Скажите о том, что это даст вашей аудитории (выгода).

2.4. Приведите доказательства (примеры, статистику...).

2.5. Суммируйте ключевую идею и выгоду в одном предложении.

2.6. Переходите к следующей идее или к заключению.

3. Заключение

3.1. Скажите о том, что вы переходите к заключительной части.

3.2. Суммируйте ключевые идеи.

3.3. С уверенностью и оптимизмом говорите о будущем.

3.4. Поблагодарите аудиторию за внимание.

3.5. Предложите контактную информацию.

3.6. Переходите к ответам на вопросы.

На презентации присутствующие лучше запомнят, если вы:

- начнете свою речь с главных моментов, а потом повторите их в конце;
- используете какой-нибудь необычный прием;
- свяжете новую для аудитории информацию с тем, что вашим слушателям известно, т.е. откроете «нужный файл» в их памяти;
- включите в свою речь регулярное повторение основных вопросов;
- будете говорить с воодушевлением и заразите слушателей своим энтузиазмом;
- будете обращаться к аудитории с вопросами, в том числе и риторическими;
- заранее приготовитесь к возможным вопросам и продумаете формулировку ответов;
- заканчивая речь, вкратце повторите ее основные моменты.

VII. Материально-техническое обеспечение

Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины определяется ФГОС ВО по направлению подготовки – бакалавриат 41.03.01 Зарубежное регионоведение, положениями ООП по направлению подготовки 41.03.01, а также иными нормативно-правовыми актами ТвГУ.

Минимально необходимый перечень материально-технического обеспечения включает в себя:

учебную аудиторию для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, определенную в соответствии с ООП по направлению 41.03.01 «Зарубежное регионоведение»;

кабинет учебно-методической литературы на иностранных языках № 205 (170100, Тверская область, г. Тверь, ул. Желябова, д. 33).

При реализации рабочей программы учебной дисциплины студенты пользуются материально-техническим оборудованием и библиотечными фондами университета.

VIII. Сведения об обновлении рабочей программы дисциплины

№ п.п.	Обновленный раздел рабочей программы дисциплины	Описание внесенных изменений	Реквизиты документа, утвердившего изменения
1.	Утверждение РПД по ООП 41.03.01 Зарубежное регионоведение (профиль «Европейские исследования») 2023 г.н.	-	Протокол заседания кафедры регионоведения факультета иностранных языков и международной коммуникации ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет» от 30.05.2023 № 11
2.			