

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ РОМАНО-GERMANСКОЙ ФИЛОЛОГИИ

Кафедра иностранных языков естественных факультетов

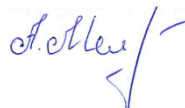
Утверждено:
на заседании кафедры иностранных языков
естественных факультетов
протокол от «_22» июня 2018 г. №_11__

Согласовано:
Председатель УМК инженерного
факультета

Зав. кафедрой



Пешкова Н.П.



/ Мельникова А.Я.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Деловой иностранный язык

Б1.Б.04 Базовая часть.

Программа академической магистратуры

Направление подготовки

15.04.02 – Технологические машины и оборудование

Профиль подготовки

Инжиниринг технологического оборудования химических и нефтехимических производств

Квалификация
Магистр

Разработчик (составитель)
доц., к. филол. н., доц. Акубекова Д.Г.
(должность, ученая степень, ученое звание)



_____ / Акубекова Д.Г.
(подпись, Фамилия И.О.)

Для приема: 2018

Уфа 2018 г.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры иностранных языков естественных факультетов, протокол от «22» июня 2018 г. № 11.



Заведующий кафедрой

/ Пешкова Н.П.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры иностранных языков естественных факультетов, протокол № _____ от «_____» _____ 20__ г.

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)	5
4. Фонд оценочных средств по дисциплине	5
4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	6
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	8
4.3. Рейтинг-план дисциплины	-
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	16
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	16
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины	17
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	17
7. Приложение 1	19-21

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Результаты обучения		Формируемая компетенция (с указанием кода)	Примечание
Знания	<u>Знать</u> один или несколько иностранных языков на уровне профессиональной коммуникации доступности иностранных информационных ресурсов; сущность и значение информации в развитии современного общества;	ОК-6 – способностью свободно пользоваться литературной и деловой письменной и устной речью на государственном языке Российской Федерации, создавать и редактировать тексты профессионального назначения, владением иностранным языком как средством делового общения	
Умения	<u>Уметь</u> применять знания иностранного языка на уровне профессиональной коммуникации; создавать и редактировать тексты профессионального назначения; уметь свободно общаться на русском и иностранном языках с любой аудиторией	ОК-6 – способностью свободно пользоваться литературной и деловой письменной и устной речью на государственном языке Российской Федерации, создавать и редактировать тексты профессионального назначения, владением иностранным языком как средством делового общения	
Владения(навыки/ опыт деятельности)	<u>Владеть</u> навыками литературной и деловой письменной и устной речи на русском и иностранном языках.	ОК-6 – способностью свободно пользоваться литературной и деловой письменной и устной речью на государственном языке Российской Федерации, создавать и редактировать тексты профессионального назначения, владением иностранным языком как средством делового общения	

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Деловой иностранный язык» относится к базовой части и изучается на 1 и 2 курсах.

Дисциплина «Деловой иностранный язык» является составной частью цикла общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки ВО 15.04.02 – «Технологические машины и оборудование» (квалификация «магистр») и является базовым учебным курсом.

Цель дисциплины: обучение практическому владению профессиональной речью для активного применения иностранного языка как в повседневном, так и в профессиональном общении. Учебная дисциплина «Деловой иностранный язык» нацелена на приобретение студентами коммуникативной и языковой компетенции, уровень которой позволит использовать иностранный язык в профессиональной деятельности и для дальнейшего самообразования. Роль дисциплины возрастает в связи с разворачиванием процессов интеграции и глобализации, происходящих в современном мире. Специалистам-выпускникам неязыковых факультетов приходится решать задачи по освоению инновационных технологий, требующие активного сотрудничества с зарубежными коллегами, что предполагает активное владение навыками осуществления межкультурной профессионально-деловой коммуникации.

Кроме того, участие России в Болонском процессе предполагает широкомасштабную подготовку обучающихся, готовых к получению образования в европейских университетах, что требует новых подходов к обучению иностранному языку в высшей школе. Такая подготовка подразумевает не только владение всеми аспектами языка в традиционном представлении, или освоение лингвистической, языковой компетенции в терминах компетентностного подхода.

Важнейшей задачей дисциплины становится формирование у обучаемых такого понятийного аппарата, который обеспечил бы им потенциальную возможность осуществления культурно-образовательной и профессиональной деятельности в европейских университетах.

Это влияет на значимость роли и места дисциплины «Деловой иностранный язык» для неязыковых специальностей в общем цикле гуманитарных дисциплин, с одной стороны, а с другой требует интеграции с лингвострановедением и культурологией и усиления связей с естественными науками, по тем направлениям, для которых она готовит специалистов.

Курс по иностранному языку в рамках магистратуры является звеном в многоэтапной системе общего образовательного пространства, включающего школьное обучение, университетское и послевузовское образование. Успешная реализация курса предполагает наличие у обучаемых порогового или базового уровня, необходимого для дальнейшего получения знаний и навыков в соответствии с Государственным образовательным стандартом и программой дисциплины «Деловой иностранный язык» для неязыковых специальностей.

В свете новой образовательной политики программа может быть реализована, используя компетентностный подход в обучении иностранным языкам, который позволяет превратить обучающегося из пассивного элемента образовательной системы в активного участника образовательного процесса.

3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

4. Фонд оценочных средств по дисциплине

4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания(см.выше)

Код и формулировка компетенции _____ ОК-6 _____¹

ОК-6 – способностью свободно пользоваться литературной и деловой письменной и устной речью на государственном языке Российской Федерации, создавать и редактировать тексты профессионального назначения, владением иностранным языком как средством делового общения

Этапы освоения	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Шкалы оценивания	
		«не зачтено»	«зачтено»
1-й этап Знания	<u>Знать</u> один или несколько иностранных языков на уровне профессиональной коммуникации доступности иностранных информационных ресурсов; сущность и значение информации в развитии современного общества;	Не знает иностранного языка на уровне профессиональной коммуникации доступности иностранных информационных ресурсов; сущности и значения информации в развитии современного общества	Знает (или не в полной мере) иностранный язык на уровне профессиональной коммуникации доступности иностранных информационных ресурсов; сущности и значения информации в развитии современного общества
2-й этап Умения	<u>Уметь</u> применять знания иностранного языка на уровне профессиональной коммуникации; создавать и редактировать тексты профессионального назначения; уметь свободно общаться на русском и иностранном языках с любой аудиторией	Не умеет применять знания иностранного языка на уровне профессиональной коммуникации; создавать и редактировать тексты профессионального назначения;	В полном (ограниченном, неполном) объеме умеет применять знания иностранного языка на уровне профессиональной коммуникации; создавать и редактировать тексты профессионального назначения;
3-й этап Владения (навыки / опыт)	<u>Владеть</u> навыками литературной и деловой письменной и устной речи на русском и	Не обладает необходимыми навыками литературной и деловой письменной и устной речи на русском и	Владеет навыками литературной и деловой письменной и устной речи на русском и иностранном языках; навыками

¹ Составляется для каждой компетенции, закрепленной за дисциплиной

деятельность и)	иностранных языках.	иностранных языках.	делового общения на русском и иностранных языках.
-----------------	---------------------	---------------------	---

Критерии оценивания студента для проведения промежуточного контроля – экзамен (на экзамене используется пятибалльная система):

Критерии оценивания	Контроль компетенций	Шкала оценивания Зачтено/ не зачтено
Выполнен полный объем работы, ответ студента полный и правильный. Студент способен обобщить материал, сделать собственные выводы, выразить свое мнение. Четко и ясно составлена презентация.	ОК-6	«отлично»
Выполнено 75% работы, ответ студента правильный, но неполный. Не приведены иллюстрирующие примеры, обобщающее мнение студента недостаточно четко выражено.	ОК-6	«хорошо»
Выполнено 50% работы, ответ правилен в основных моментах, нет иллюстрирующих примеров, студент не способен выразить собственное мнение, есть ошибки в деталях и/или детали отсутствуют.	ОК-6	«удовлетворительно»
Выполнено менее 50% работы, в ответе существенные ошибки в основных аспектах темы.	ОК-6	«Не удовлетворительно»

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочные средства
1-й этап Знания	<u>Знать</u> один или несколько иностранных языков на уровне профессиональной коммуникации доступности иностранных информационных ресурсов; сущность и значение информации в развитии современного общества;	ОК-6 – способностью свободно пользоваться литературной и деловой письменной и устной речью на государственном языке Российской Федерации, создавать и редактировать тексты профессионального назначения, владением иностранным языком как средством делового общения	Тестирование Индивидуальный опрос, устный опрос
2-й этап Умения	<u>Уметь</u> применять знания иностранного языка на уровне профессиональной коммуникации; создавать и редактировать тексты профессионального назначения; уметь свободно общаться на русском и иностранном языках с любой аудиторией	ОК-6 – способностью свободно пользоваться литературной и деловой письменной и устной речью на государственном языке Российской Федерации, создавать и редактировать тексты профессионального назначения, владением иностранным языком как средством делового общения	Контрольная работа Доклад, сообщение отчет
3-й этап Владеть навыками	<u>Уметь</u> применять знания иностранного языка на уровне профессиональной коммуникации; создавать и редактировать тексты профессионального назначения;	ОК-6 – способностью свободно пользоваться литературной и деловой письменной и устной речью на государственном	Тесты Реферат Групповой опрос

	уметь свободно общаться на русском и иностранном языках с любой аудиторией	языке Российской Федерации, создавать и редактировать тексты профессионального назначения, владением иностранным языком как средством делового общения	
--	--	--	--

Образец текущего контроля

How many parts are there in the letter requesting a service?

2

3

+4

5

Which part of the letter requesting information can contain such an expression? “I am planning to ...”

polite expression

action

opening

+purpose

“We would like to have your answer by 6 of October”.

Which part of the letter does this expression refer to?

purpose

opening

polite expressions

+action

What should be given in the “opening part” of the letter requesting information?

+Tell how you heard about the reader

Tell why you want the information

Tell what you want

If there are too many mistakes in grammar, punctuation or spelling the reader may be confused. How should you write your letter to avoid it?

shortly

clearly

courteously

+correctly

Which expression refers to the action part of the letter requesting a service?

+I look forward to hearing from you

We will need the following

This will confirm our telephone conversation

I appreciate your help

Тема 4

Which method of electronic correspondents has all the advantages of sending a cable and in addition it is available in the office and offers a direct line, with immediate reply?

+Telex

Fax

E-mail

A likely ending in e-mail is Best wishes rather than _____ .

Sincerely yours

+Yours sincerely

Yours faithfully

The messages in telexes are usually _____ versions of the sentences we would use in everyday speech or in letters.

Short

+Abbreviated

Long

Shortened

Cross the odd one out of the fax structure in the list.

Message for

Date

Address

+Message from

Fax number

No of pages

Once the telex operator has dialed the code, an _____ code will appear on the teleprinter indicating that the sender is through.

Answer

Answerwrite

+Answerback

Образец промежуточного контроля

(Визиты зарубежного партнёра. Контакты. Резюме. Устройство на работу)

1 What does the stage of negotiations mean?

- the volition to participate in the process of selling and buying
- the wish to get profit
- the desire to sell everything
- the promotion to a new stage

2 Why is the stage of negotiating between a salesperson or travel agent and a client important?

- both parties want to get promotion
- both parties want to get profit
- both parties want to show sympathy
- both parties want to feel satisfied with their deal

3 Does anyone involved in the process of negotiations want to be cheated?

- Everybody does
- One of the parties does
- Nobody does
- A successful negotiator does

4 What kind of relationship is more effective during negotiations?

- Friendly and respectful
- prosperous and cheerful
- aggressive and competitive
- nice and friendly

5 What should a salesperson or a travel agent believe?

- That she or he is over the competition
- that his product is good
- that his or her product has certain advantages over the competition
- that his product is of great value

6 What must customers be sure of?

- they are buying a product that is good value and of high quality
- they are going to get a lot of profit
- they are going to acquire a hotel
- they spend their money on something they don't really need

7 Can customers dealing with tourism spend their money on something they don't really need?

- No
- Yes
- Never
- Of course

8 What can a good travel agent persuade anyone to buy?

- Anything
- Nothing
- Everything
- something

9 What must a good salesperson in tourism know?

how to sell products
where to get profit
where to show animation performances
how to deal with different kinds of people

10 What must a good salesperson point out?
how his or her product will benefit each individual customer
where to go for money
where to stay to relax
how to get high profits

11 What must he convince his customers in?
your product is the one they want
your product is expensive
your product is cheap
your product is the worst

12 What does a successful stage of negotiations depend on?
good relationship between negotiators
Rivalry between the parties
Good servicing of the company
both the salesperson and the customer asking each other the right sort of questions

13 What do successful travel agents often have?
much attention to their work
special talents and an outgoing personality
a lot of money
a good knowledge of the service market

14 What does a tourist company usually depend on?
its own travel agents
wholesalers at the big supermarkets
retailers at tour operating companies
the salesmanship of its distributors at the department stores

15 What else does any tourist company need?
To establish a personal relationship with its major clients and potential customers.
To entertain tourists
To ski and skate a lot
To speak foreign languages with its customers

16 Does a travel company deal impersonally with another company?
No, it doesn't.
Yes, it does.
All the time
Never

17 Whom does a tour operator interested in the accommodation of tourists receive personal visits or telephone calls from?
people representing the hotels
the suppliers of different gambling services
representatives of different tourist attractions
people presenting educational services

18 What is much more expensive in tourism?
keeping travel agents and tour operators "on the road"
doing nothing to get potential partners
doing everything to get potential partners
to spend time unproductively travelling

19 What is more effective in tourism?
a discussion
servicing overseas customers
phone, fax, or e-mail communication with not so many personal visits
Telephone booking

20 What do tourist companies do for communicating with other tour operators?
hold regular tourist exhibitions, fairs and conferences
ask questions about new products and receive training
have no contacts
have the day-to-day contacts

21 What is important in the process of negotiating?
Diplomacy, friendliness and cooperation
additional persuasion
bargaining about the conditions
Negotiating about the sales presentation

22 How many phases are there in different types of business negotiations?
four main phases
five main phases
three main phases
two main phases

23 What is the preparation stage?
you work out what you do not want
you work out what priorities you never have
you work out what you want to speak about
you work out what you want and what your main priorities are

24 What is the debating stage?
you say what the final conditions are
you never say what you want
you listen to the customer
you try to find out what the other side or the customer wants

25 What is the purpose of the proposal phase?
you get prepared to trade, offer or concede
you formulate your proposals
you are patient and but do not listen to the other side's proposals
You suggest things you could trade

26 What is the essence of the bargaining phase?
you indicate what you will actually trade, offer or perhaps concede
you bargain about what you will actually concede
you do not offer anything

you trade what you can

27 What is the major regulator of mutual relations of contractors?

A contract

A letter of request

A draft negotiation

A copy of an application letter

28 What is of great value in the process of negotiations?

the appropriate registration of the concluded contract

the appropriate registration of the cover letter

the appropriate registration of the concluded deal

the appropriate registration of the letter of request

29 Why is drawing up a contract a complicated process?

it should establish the law

the contract should provide all essential conditions

it would be nullified in the future

it should manage the process

30 From what time is the contract void?

from the moment of its fulfillment

from the moment of sale

from the moment of happiness

from the moment of request

31 What does the detailed contract with precise wordings provide?

it promotes the execution of the contract

it does not suppose unnecessary conflicts

the consecutive mechanism of its realization

it corresponds to the will of the parties

32 What should the contractors do in order not to have any problems with the law?

it is interesting to know everything

it is necessary to help to make out a contract

it is necessary to charge lawyers

it is important to write a draft contract

33 Which contracts are most frequent in international trade?

contracts of sale, for construction work and lease.

Only contracts for lease

Contracts of international negotiations

Contracts of assigning rooms in the hotels

34 What do contracts of sale include?

turnkey contracts

barter deals

compulsory deals

large-scale contracts on a compensation basis

35 Why do licence agreements stand apart from all the above contracts?

they deal with scientific-technical knowledge

they deal with licenses, patents and know-how

they do not deal with selling and buying physical goods
they deal with the sale and purchase of ideas

36 What is necessary to do in order to ensure the fulfillment of the above basic contracts successfully and profitably?

a number of auxiliary agreements (contracts) are to be concluded
a lot of money
a number of travel agents
a lot of prosperity

37 Who signs a written contract of sale?

the Buyers and the Sellers.
nobody
the Sellers.
the Buyers

38 What do the parties do to settle their differences and claims amicably?

they argue a great deal
they do their best to agree
they negotiate a lot
they travel the Globe

39 What happens if they fail to agree?

the deal goes to the state court
the negotiators argue a lot
the travel agents go on strike
the claim is submitted for arbitration

40 Who bears arbitration expenses?

They are argued upon
They are happily negotiated about
They are usually borne by the loser
They are agreed upon

41 What does a company do in order to place a request for buying goods or services in the tourist industry?

it sells a lot of products
it goes abroad
it fills in special order forms
it never moves around

42 What should you indicate in special order forms?

the sum of money given as a bribe
only terms of payment
only special discounts
the quantity of goods or services, their description, price, terms of payment, date of delivery, discounts

43 What should you do to make certain points clear?

You should telephone your customers
you should write a covering letter and enclose your order form
You shouldn't talk a lot
You should explain things clearly

44 What does the Seller or the Supplier do when he is ready to fulfill the order?

he sends the Buyer a confirmation letter

he sends the Buyer a contract

he sends the Buyer a cover letter

he sends the Buyer a letter of agreement

45 What does an order of acknowledgement present?

an order copy, or order duplicate, signed by the Seller

an order copy, or order duplicate, signed by the Buyer

an order copy signed by the Travel Agent

an order duplicate, signed by the General Manager

46 What is a duplicate enclosed with?

thanks for order

a cover letter

the changes prices

dates of delivery

47 What does a company do if it is interested in the new product of a company?

it goes to the exhibition

it orders advertising materials by mail

it sells them by post

it looks through the advertising material of the company

48 In what way does the company usually advertise its new product?

It advertises its new product in mass media

It advertises its highest standards

they say it doesn't even outperform other similar products

it advertises their new product on radio and TV only

49 What is one of the most important factors in the performance of a new product?

the terms of delivery of a product

your trust in that company

It's guarantee period

your belief in its luck

50 What happens if the Buyer or the Supplier is not ready to fulfill the order?

he helps the company to trust the brand

he buys similar goods from another company

he refuses the order

he never offers to substitute the goods which are not in stock

Competition (for translation, discussion and retelling)

Customers might not think about competition when they're walking through the grocery store or making an online purchase, but it happens to be a cornerstone of business and the free economy that impacts every single thing that's bought and sold. Technically, competition consists of the cumulative force of actions taken by companies that're designed to improve their market standing, sales, and ultimately, profits. But really, competition is simply what allows businesses to try and get ahead of each another, and consumers to get the best possible value. Like many business ideas, competition is best explained through an example. Imagine that a company opens a profitable retail location and sells bread at an enormous profit. After another company notices all the profits that're being made through bread sales in this

neighborhood, they may open a store of their own and undercut the competition, or sell similar items or services for lower prices. The first company may respond by lowering their own prices (so they sell more bread to their former customers, who're presumably buying the cheaper bread), and the end result is much cheaper bread for consumers. In this way, businesses going head-to-head benefits customers. Reverse competition, or the tendency of some businesses to purchase items that're being sold below market value (or the price that an item can reasonably be expected to sell for) and reprice them, is also a business practice that's worth considering. Imagine that a bread company, to limit the success of other businesses, sells their bread that's worth five dollars per loaf elsewhere for one dollar per loaf. Instead of being pushed out of the market, a competing business could recognize the discrepancy between the bread's value and its sale price, and then proceed to purchase all the first company's bread for one dollar and resell it for two dollars with their own label. The effects of not having competition, in a particular professional sphere or entire economies, are devastating to consumers and the wellbeing of citizens generally. Consider the example of railroad companies in Europe and America a couple centuries back that owned a multitude of tracks and land; essentially no other companies existed to create competition (because the major railroad companies bought all the land and kept others from doing so), and they were able to charge whatever high prices they wanted. This described scenario is an example of a monopoly, or a situation when one company has complete control over an industry and its prices due to a lack of competition. Lastly, an oligopoly is a style of competition wherein businesses are small in number and coordinate with each other to raise prices—thus making goods and services more expensive for consumers. Modern-day examples of oligopolies are satellite television and internet services, which, although they cost companies very little to provide, are billed to consumers for sizable sums. Thus, something of a general understanding has been reached by leading internet and television companies, as they would make far less money if they competed rigorously.

Did you understand the text?

1) What is competition in business?

- a) An annual physical competition between company executives
- b) Steps taken by companies to enlarge their profits and success by taking business away from others
- c) One of the most important business elements, and one that's responsible for drastically reducing prices
- d) B and C 1/2 More questions about the text:

2) What is reverse competition in business?

- a) The process of giving products away for free, to improve brand recognition
- b) The process of undercutting companies that are selling products for less than the market value
- c) The process of helping another business improve their profits
- d) Nobody is quite sure

3) What are some of the effects of a monopoly?

- a) Little-to-no competition
- b) Increased prices
- c) Massive profits at the expense of consumers
- d) All of the Above

4) What is an oligopoly?

- a) A business phenomenon characterized by one company ruling a market with little to no competition
- b) A business phenomenon characterized by a group of companies limiting their competition to keep prices high
- c) A business phenomenon characterized by full competition
- d) A business phenomenon characterized by artificially low prices

5) How do consumers benefit from competition?

- a) By enjoying lower prices

- b) By being able to choose from optimized products
- c) By being able to enter the business world themselves, if an opportunity arises
- d) All of the above

How money works

Money makes the world go round, they say. Perhaps it is even truer that the world makes money go round, especially in the era of globalization when capital can flow freely to and from almost everywhere.

Money is always looking for places where it will be most profitable and / earn the greatest return on investment.

As an individual, you can put your money on deposit in a bank and get interest. Your money is lent out to people, businesses and governments who need it to finance their own projects, and the bank will make its money on the difference between what it pays out in interest on deposits and what it gets in interest from its loans.

Central banks like the bank of England set basic interest rates (the 'price of money') and control money supply (the amount of money circulating in an economy) in order to guarantee the stability and smooth functioning of monetary system.

There are three main functions of money. First, money is used for buying or selling goods (a medium of exchange), second- for measuring value (a unit of account) and third - for storing wealth (a store of value). Almost every society now has a money economy based on coins and paper notes of one kind or another. However, this has not always been true. In primitive societies a system of barter was used.

Barter was a system of direct exchange of goods. Somebody could exchange something for anything in the market that they considered to be of equal value. Barter, however, was a very unsatisfactory system because people's precise needs seldom coincided. People needed a more practical system of exchange and various money systems developed based on goods which were recognized as having value. Different things such as grain, teeth, shells, salt, elephant tusks and others have been used. Precious metals gradually took over because when made into coins, they were portable, durable, recognizable and divisible into larger and smaller units of value.

A coin is a piece of metal, usually disc-shaped, which bears lettering, signs or numbers showing its value. Coins have been made from gold, silver, copper, lead, plastic and in China even from pressed tea leaves. Until the eighteenth and nineteenth centuries the worth of coins was based on the exact amount of metal contained in them. Most governments now issue paper money in the form of notes, which are really "promises to pay".

Paper money is obviously easier to handle and much more convenient in the modern world. Cheques, bankers' cards and credit cards are being used increasingly and it is possible to imagine a world where 'money' in the form of coins and paper currency will no longer be used. Even today, in the United States many places - especially filling stations - will not accept cash at night for security reasons.

Starting a company

Starting a business is a major step requiring nerve and a certain amount of faith. But nerve and faith need to be supplemented by sensible preparations - not just the purchase of desks, chairs and personal computers, but a rigorous examination of the reasons for wanting to enter this particular field, an evaluation of the personal qualifications to make it a success, and development of a clear understanding of the business activities in which you will participate.

There are a lot of aims of going into business but the main one is getting profit. Profit is a business owner's personal reward for the money, time, effort and creativity invested in the enterprise. But you should be aware of the fact that the other side of profit is loss. In its simplest sense, entrepreneurship consists of risking the loss of money, time and effort in the hope (but without any guarantee) of profit."

To diminish losses, firstly, you should choose the right business taking into account your ability, your previous experience, or training and so on. Secondly, before you start your business you should have a business organization, no matter how small operation is. The choice will depend on such considerations as the size of the business, whether you are the only owner or have associates, and your tax position. Taking all these into consideration you may choose sole proprietorship, partnership (Unlimited Partnership, Limited Partnership, Master Limited Partnership), company (Public Limited Company, Private Limited Company).

Thirdly, you must develop financial plans. To make it, you'll need a rough idea of such matters as whether you will have employees, and how many; what kind of advertising you will do; what you will spend on insurance and so on.

You will need several kinds of financial plans in order to estimate:

- your start-up expenses: the onetime cost of getting going,
- the operating expenses (profit and loss),

- the cash flow,
- the break-even point,
- the value of your ownership equity or net worth.

To complete a financial planning you need to prepare a balance sheet. It shows whether the investment in your business is increasing or decreasing in value over time.

Don't follow these business plans blindly. Reexamine them and update them according to your experience.

Having your own business will take a great deal of planning and legwork. You will probably underestimate how much of your time, energy and money will be required. It may take two years to make your first profit. But don't lose your heart if you are not satisfied with the results, choose another sphere of activity.

Критерии оценки письменного и устного перевода текста

Оценка (балл)	Критерии
«Отлично»	Выставляется за перевод всего объёма текста в контрольное время; допускаются 2–3 неточности лексического или грамматического характера, не искажающие смысл предложений.
«Хорошо»	Выставляется при наличии одного искажения смысла предложения и 2–3 неточностей или в случае, когда 10% текста не переведено за отведенное время.
«Удовлетворительно»	Выставляется при наличии 5–6 ошибок, искажающих смысл предложений или в случае, когда 20% текста не переведено за отведенное время.
«Не удовлетворительно»	Выставляется при наличии более 6 ошибок, искажающих смысл высказывания или в случае, когда не переведено более 25% текста за отведенное время.

Критерии оценки устного реферирования

Оценка (балл)	Критерии
«Отлично»	Цели реферирования и коммуникации достигнуты в полной мере; допущено не более двух полных коммуникативно значимых ошибок. Реферирование текста осуществлено в полном объеме.
«Хорошо»	Цели реферирования и коммуникации достигнуты в общем; допущено не более трех полных коммуникативно значимых ошибок. Реферирование текста осуществлено практически в полном объеме.
«Удовлетворительно»	Главные цели реферирования и коммуникации достигнуты частично; допущено не более пяти полных коммуникативно значимых ошибок. Реферирование текста осуществлено в основном.
«Не удовлетворительно»	Главные цели реферирования и коммуникации не достигнуты; допущено более пяти более шести коммуникативно незначимых ошибок.

Критерии оценки устного диалогического общения

Оценка (балл)	Критерии
«Отлично»	Содержание высказывания

	соответствует поставленному вопросу и ситуации общения, отличается связанностью, полнотой, спонтанностью и беглостью. Высказывания политематического характера, хорошо аргументированы, отражают точку зрения говорящего. Речь разнообразная, правильная. Допускаются 1–2 ошибки, исправляемые на основе самокоррекции при быстрой, адекватной речевой реакции.
«Хорошо»	Содержание высказываний соответствует поставленному вопросу и знакомой ситуации общения. Высказывания логичны, связаны между собой на основе общеупотребительных речевых образцов. Речь лексически и грамматически разнообразна, но недостаточно беглая (паузы, повторы и др.). Наличие языковых ошибок (3–4) при адекватной, но недостаточно быстрой речевой реакции.
«Удовлетворительно»	Владение языком ограничено воспроизведением программного материала по теме с многочисленными ошибками. Речь упрощенная. Понимание языка ограничено при замедленной речевой реакции.
«Неудовлетворительно»	Язык использован на уровне отдельных словосочетаний и предложений в знакомой ситуации. Отсутствует понимание вопросов экзаменатора. Понять содержание сказанного можно с большим трудом. Коммуникативная задача не выполнена.

Примерные вопросы для обсуждения

- 1) How money works
- 2) Starting a company
- 3) Customer service
- 4) My job
- 5) The development process of the new products

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

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

Основная литература:

1. Гарагуля, Сергей Иванович. Английский язык для делового общения = Learning Business Communication in English : учеб. пособие для студентов, обучающихся по направ. "Экономика и управление", "Сервис и туризм" / С. И. Гарагуля .— 2-е изд. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2015 .— 268 с. : ил. — (Высшее образование)— Библиогр. на рус. и англ. яз: с. 263-265 .— ISBN 978-5-222-24734-1
2. Учебное пособие по английскому языку "Бизнес-коммуникация и перевод" [Электронный ресурс] / БашГУ; сост. Л. М. Зайнуллина .— Уфа : РИЦ БашГУ, 2010 .— Электрон. версия печ. публикации .— Доступ возможен через Электронную библиотеку БашГУ .— <URL:https://elib.bashedu.ru/dl/read/ZainullinaBiznes-kommuni.UchPos.2010.pdf>.
3. Английский язык [Электронный ресурс] : методические указания по деловому письму. Ч.1 / Башкирский государственный университет; сост. И.Х. Мигранова .— Уфа : РИЦ БашГУ, 2013 .— Электрон. версия печ. публикации .— Доступ возможен через Электронную библиотеку БашГУ .— <URL:https://elib.bashedu.ru/dl/local/Migranova_Anglijskij jazuk_mu po delovomu pismu_1_2013.pdf>.

Дополнительная литература:

1. Акубекова Д.Г. English for advertisers: методические указания. Уфа: РИЦ БашГУ, 2010
2. Акубекова Д.Г. Technical English: учебное пособие. Уфа: РИЦ БашГУ, 2017
3. Богацкий, Игорь Святославович. Бизнес-курс английского языка : словарь-справочник / И. С. Богацкий ; под ред. Н. М. Дюкановой .— 5-е изд., испр. — Киев : Логос, 2002 .— 352 с. — (Вас ждет успех!) .— Библиогр.: с. 350-351 .— ISBN 966-509-015-1 : 45 р. 00 к. : 68 р. 40 к. : 38 р. 00 к. : 40 р. 00 к. — ISBN 966-509-014-3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для освоения дисциплины
4. Карпова Т.А. Английский для технических вузов. Учебник. Москва «Кнорус», 2014

5.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для освоения дисциплины

1. Система дистанционного обучения БашГУ (СДО БашГУ) на базе Moodle.
2. Пакет офисных приложений профессионального уровня Office Professional Plus 2013 Russian OLPNL Academic Edition № 0301100003613000104-1 от 17.06.2013 г.
3. Серверная операционная система Windows Server Standard 2012 Russian OLP NL Academic Edition 2Proc № 0301100003613000104-1 от 17.06.2013 г.
4. Операционная система для персонального компьютера Win SL & Russian OLP NL Academic Edition Legalization Get Genuine № 0301100003613000104-1 от 17.06.2013 г.
5. Обновление операционной системы для персонального компьютера Windows Professional 8 Russian Upgrade OLPNL Academic Edition № 0301100003613000104-1 от 17.06.2013 г.
6. Desktop Education ALNG LicSAPk OLVS E 1Y Academic Enterprise № 0301100003613000104-1 от 17.06.2013г.

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа: аудитория №106, аудитория №107, аудитория 208 (Учебный корпус, адрес 450078, ул. Мингажева, д. 100)	Практические занятия	Аудитория № 106 Доска, мел, парты, стулья. Аудитория № 107 Доска, мел, парты, стулья. Аудитория № 208 Проектор Nec M361X(M361XG) LCD 3600Lm XGA(1024x768) 3000:1, Экран ScreenMedia Economy-P 1:1 180x180см Matte White, аудиосистема, ноутбук Samsung, доска, мел.
Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: аудитория №106, аудитория №107 (Учебный корпус, адрес 450078, ул. Мингажева, д. 100)	Групповые и индивидуальные консультации	Аудитория № 106 Доска, мел, парты, стулья. Аудитория № 107 Доска, мел, парты, стулья.
Учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации: аудитория №106, аудитория №107 (Учебный корпус, адрес 450078, ул. Мингажева, д. 100)	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Аудитория № 106 Доска, мел, парты, стулья. Аудитория № 107 Доска, мел, парты, стулья.
Помещения для самостоятельной работы: Читальный зал №2, к. 201(Физмат корпус – учебное, адрес 3. Валиди, д. 32)	Самостоятельная работа	PentiumG2130/4Гб/500Гб/21,5»/Кл/мыш ь -5 шт. ПК в компл. Фермо Intel. Фермо Intel Моноблок №1 Фермо AMD A8-5500 – 5 шт.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ РОМАНО-ГЕРМАНСКОЙ ФИЛОЛОГИИ

Кафедра иностранных языков естественных факультетов

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины Деловой иностранный язык на 1,2 курс
(наименование дисциплины)

__заочная__
форма обучения

1 курс:

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	1/36
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	6
лекций	-
лабораторных	-
практических	6
ФКР	-
Контроль	-
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР), включая подготовку к экзамену/зачету	30

2 курс:

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	1/36
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	4,2
лекций	-
лабораторных	-
практических	4
ФКР	0,2
Контроль	4
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР), включая подготовку к экзамену/зачету	27,8

Форма контроля:

зачет 3тъя сессия 2ой курс

п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов :лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам	Задания по самостоятельной работе студентов с указанием литературы, номеров задач	Форма контроля самостоятельной работы студентов (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Введение. Companies. Socializing. How to make polite requests.	-	1	-	5	Основная л-ра 1, 2, 3, доп. л-ра 1 – 4.	1, р. 102 4, р. 10 3, р. 5	Тесты, диалогизация
2	Contacts. Telephoning. Dealing with public relations crisis.	-	2	-	5	Основная л-ра 1, 2, 3, доп. л-ра 1 – 4.	1, 104-105 3, pp. 19-21	Обсуждения, диалогизация
3	Visitors. Presenting. Visual information.	-	1	-	10	Основная л-ра 1, 2, 3, доп. л-ра 1 – 4.	1, 106-107 3, pp.25-27	Тесты, презентации
4	New Products. The development process. Meetings.	-	2	-	10	Основная л-ра 1, 2, 3, доп. л-ра 1 – 4.	1, 108-109 3, pp.27-30	Тесты, презентации

	Итого за семестр		6		30			
5	Employment. Job benefits and employment procedures. How to delegate work. CVs	-	2	-	10	Основная л-ра 1, 2, 3, доп. л-ра 1 – 4.	1, 110-111 3, pp.30-32	Написание резюме
6	Customer service. Customer satisfaction. Now to respond to companies.	-	2	-	17,8	Основная л-ра 1, 2, 3, доп. л-ра 1 – 4.	1, 112-113 3, pp.35-37	Тесты, диалогизация
	Итого за семестр:	-	4	-	27,8			
								Зачет

