

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце: МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФИО: Силин Яков Петрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 05.06.2026 13:05:36
Уникальный программный ключ:
24f866be2aca16484036a8cb5c509a931e051

Одобрена
на заседании кафедры

05.12.2025 г.
протокол № 4
И.о. зав. кафедрой Макарова Е.Н.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

Утверждена
Советом по учебно-методическим
вопросам и качеству образования
16 декабря 2025 г.
протокол № 4
Председатель: Карх Д.А.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины Иностранный язык (профессиональный английский)
Направление подготовки 38.04.01 Экономика
Профиль Бизнес-анализ во внешнеэкономической деятельности
Форма обучения очно-заочная
Год набора 2026

Разработана:
Ст. преподаватель
Первухина И.В.

Доцент, к.ф.н.
Пирожкова И.С.

Екатеринбург
2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|-----------|
| ВВЕДЕНИЕ | 3 |
| 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ | 3 |
| 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП | 3 |
| 3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ | 3 |
| 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП | 4 |
| 5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН | 5 |
| 6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ | 5 |
| 7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ | 12 |
| 8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ | 15 |
| 9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ | 15 |
| 10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ | 16 |
| 11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ | 16 |

ВВЕДЕНИЕ

Рабочая программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы магистратуры, разработанной в соответствии с ФГОС ВО

| | |
|---------|---|
| ФГОС ВО | Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.01 Экономика (приказ Минобрнауки России от 11.08.2020 г. № 939) |
|---------|---|

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения дисциплины «Профессиональный английский язык» является формирование коммуникативной языковой компетенции, для подготовки к осуществлению деятельности в различных сферах экономики, где рабочим языком является иностранный. Коммуникативная языковая компетенция состоит из лингвистического, социолингвистического и прагматического компонентов. Каждый из компонентов включает в себя определенные знания, умения и навыки, а именно:

Лингвистический компонент: знание лексики, фонетики и грамматики иностранного языка.

Социолингвистический компонент: знание правил и норм использования иностранного языка в различных типовых ситуациях общения.

Прагматический компонент: умение пользоваться языковыми средствами в определенных функциональных целях.

Формирование коммуникативной языковой компетенции реализуется во всех основных видах речевой деятельности: чтение (ознакомительное и изучающее), слушание, говорение (диалогическое и монологическое), письмо.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

| Промежуточная аттестация | Часов | | | | З.е. |
|---------------------------|------------------|--------------------------------|---|--|------|
| | Всего за семестр | Контактная работа (по уч.зан.) | | Самостоятельная работа в том числе подготовка контрольных и курсовых | |
| | | Всего | Практические занятия, включая курсовое проектирование | | |
| Семестр 1 | | | | | |
| Зачет, Контрольная работа | 72 | 12 | 12 | 60 | 2 |
| Семестр 2 | | | | | |
| Зачет, Контрольная работа | 108 | 18 | 18 | 90 | 3 |
| Семестр 3 | | | | | |
| Зачет, Контрольная работа | 72 | 22 | 22 | 50 | 2 |
| Семестр 4 | | | | | |
| Зачет, Контрольная работа | 108 | 12 | 12 | 96 | 3 |
| | 360 | 64 | 64 | 296 | 10 |

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП

В результате освоения ОПОП у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные в соответствии ФГОС ВО.

| Шифр и наименование компетенции | Индикаторы достижения компетенций |
|---|---|
| УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия | ИД-1.УК-4 Знать: современные коммуникационные технологии; нормы деловой письменной коммуникации; принципы составления типовой деловой документации для академических и профессиональных целей на русском и иностранном языках |
| | ИД-2.УК-4 Уметь: устанавливать контакты и организовывать общение в соответствии с потребностями совместной деятельности; составлять деловую документацию в соответствии с нормами русского языка |
| | ИД-3.УК-4 Иметь практический опыт: представления результатов исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях; участия в академических и профессиональных дискуссиях на иностранном языке |

Профессиональные компетенции (ПК)

| Шифр и наименование компетенции | Индикаторы достижения компетенций |
|--|--|
| организационно-управленческий | |
| ПК-1 Руководство внешнеэкономической деятельностью в организации: организация работ по внешнеэкономической деятельности, разработка плана внешнеэкономической деятельности организации и контроль его выполнения | ИД-1.ПК-1 Знать: нормативные правовые акты, регулирующие внешнеэкономическую деятельность и государственную поддержку ВЭД, международные договоры в сфере стандартов и требований к продукции, основы экономической теории, трудового законодательства, основы маркетинга, ценообразования, бизнес-планирования, риск-менеджмента, системного анализа внешнеэкономической информации, порядок документооборота, составления отчетности, условия внешнеторгового контракта, а также этику делового общения на русском и английском языках (на уровне порогового продвинутого (B2)). |

| | |
|--|---|
| ПК-1 Руководство внешнеэкономической деятельностью в организации: организация работ по внешнеэкономической деятельности, разработка плана внешнеэкономической деятельности организации и контроль его выполнения | ИД-2.ПК-1 Уметь: взаимодействовать с подразделениями организации для выявления стратегии развития, обобщать и систематизировать информацию о задачах и направлениях деятельности в сфере ВЭД, оценивать экспортный потенциал и потребности в импорте, проводить оценку эффективности экспортных и импортных операций, разрабатывать стратегические и текущие планы ВЭД, рассчитывать финансовые показатели эффективности, подготавливать предложения по развитию и приоритетам, вести деловую переписку и коммуникацию с иностранными партнерами с использованием современных средств связи, работать с информационными системами и базами данных, а также формулировать и распределять задачи между сотрудниками. |
| | ИД-3.ПК-1 Иметь практический опыт: выбора и проверки надежности потенциальных партнеров, обработки данных и документов для заключения внешнеторговых контрактов, согласования и подписания контрактов, обеспечения внутреннего взаимодействия профильных специалистов, разработки проекта плана ВЭД с учетом приоритетов, внесения дополнений и изменений в план, презентации и согласования итогового плана, мониторинга изменений законодательства и мер государственной поддержки, оценки экспортного потенциала, потребностей в импорте, оценки эффективности экспортных и импортных операций, анализа результатов реализации контрактов, а также планирования и постановки задач сотрудникам подразделения. |

5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Тема | Часов | | | | | | |
|-----------|----------------------------------|-------------|--------------------------------|--------------|----------------------|----------------|---------------------------------|
| | Наименование темы | Всего часов | Контактная работа (по уч.зан.) | | | Самост. работа | Контроль самостоятельной работы |
| | | | Лекции | Лабораторные | Практические занятия | | |
| Семестр 1 | | 72 | | | | | |
| Тема 1. | Company (УК-4, ПК-1) | 72 | | | 12 | 60 | |
| Семестр 2 | | 108 | | | | | |
| Тема 2. | Marketing Mix (УК-4, ПК-1) | 108 | | | 18 | 90 | |
| Семестр 3 | | 72 | | | | | |
| Тема 3. | International Trade (УК-4, ПК-1) | 72 | | | 22 | 50 | |
| Семестр 4 | | 108 | | | | | |
| Тема 4. | Competition (УК-4, ПК-1) | 108 | | | 12 | 96 | |

6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

| Раздел/Тема | Вид оценочного средства | Описание оценочного средства | Критерии оценивания |
|---------------------------------|-------------------------|------------------------------|---------------------|
| Текущий контроль (Приложение 4) | | | |

| | | | |
|--------|--|--|--|
| Тема 1 | Монологическое высказывание (Приложение 4) | <p>Подготовьте и представьте устное сообщение о известной компании. В своём выступлении постарайтесь раскрыть следующие аспекты: название компании, год основания и страна происхождения; основная сфера деятельности и продукты или услуги компании; уникальные особенности и конкурентные преимущества компании; история развития и ключевые достижения на рынке; влияние компании на мировую или национальную экономику и культуру; ваше личное мнение о компании: что вам нравится или кажется интересным в её деятельности.</p> | <p>Оценивается а) умение аргументировано, структурировано излагать на иностранном языке факты б) анализировать ситуацию, ставить цели и задачи в) уместное использование средств визуальной опоры; г) умение работать в команде. Максимально - 10 баллов</p> |
| Тема 1 | Практическое задание (Приложение 4) | <p>Изучите предложенную организационную структуру компании и подготовьте устное или письменное описание органиграммы. В своём сообщении укажите: общую структуру компании (иерархия, уровни управления); основные отделы и их функции; взаимосвязь между отделами и руководителями; роль ключевых позиций в обеспечении работы компании.</p> | <p>Оценивается а) умение аргументировано, структурировано излагать на иностранном языке факты б) анализировать ситуацию, ставить цели и задачи в) уместное использование средств визуальной опоры; г) умение работать в команде. Максимально - 10 баллов</p> |

| | | | |
|--------|--|---|---|
| Тема 1 | Проект (Приложение 4) | <p>Подготовьте рассказ о компании, в которой вы работаете, и представьте его в устной. В своём выступлении раскройте следующие аспекты: Название компании, сфера деятельности и миссия. Основные продукты или услуги компании. Организационная структура: ключевые отделы и руководители (можно оформить в виде органиграммы). Основные клиенты или целевая аудитория компании. Конкурентные преимущества и особенности компании. Ваши обязанности и роль в компании. Ваше мнение о работе в компании и перспективах её развития.</p> | <p>Оценивается а) умение аргументировано, структурировано излагать на иностранном языке факты б) анализировать ситуацию, ставить цели и задачи в) уместное использование средств визуальной опоры; г) разнообразие лексики. Максимально - 10 баллов</p> |
| Тема 2 | Лексико-грамматический тест (Приложение 4) | <p>Четыре задания (в каждом задании по несколько пунктов) на 1. заполнение пропусков в предложении; 2. утверждение истинности / ложности суждения; 3. соотнесение терминов с дефинициями; 4. перевод терминов с русского языка на иностранный (Приложение 4)</p> | <p>Оценивается качество знаний лексического и грамматического материала по пройденным темам курса. Каждый ответ оценивается по 0,5 баллов. Максимальное количество баллов - 10</p> |
| Тема 2 | Групповой проект (Приложение 4) | <p>Групповой проект предполагает разработку и презентацию концепции продукта (по выбору).</p> | <p>Оценивается а) умение аргументировано, структурировано излагать на иностранном языке факты б) анализировать ситуацию, ставить цели и задачи в) уместное использование средств визуальной опоры; г) умение работать в команде; д) разнообразие лексики. Максимально - 10 баллов</p> |

| | | | |
|--------|--|---|---|
| Тема 2 | Кейс (Приложение 4) | Предлагается решение проблемного задания на закрепление материала и практическое применение полученных знаний | Оценивается а) умение аргументировано, структурировано излагать на иностранном языке факты б) анализировать ситуацию, ставить цели и задачи в) уместное использование средств визуальной опоры; г) умение работать в команде. Максимально - 10 баллов |
| Тема 3 | Лексико-грамматический тест (Приложение 4) | Четыре задания (в каждом задании по несколько пунктов) на 1. заполнение пропусков в предложении; 2. утверждение истинности / ложности суждения; 3. соотнесение терминов с дефинициями; 4. перевод терминов с русского языка на иностранный (Приложение 4) | Оценивается качество знаний лексического и грамматического материала по пройденным темам курса. Каждый ответ оценивается по 0,5 баллов. Максимальное количество баллов - 10 |
| Тема 3 | Проект (Приложение 4) | Особенности межкультурной деловой коммуникации в международной компании. | Оценивается а) умение аргументировано, структурировано излагать на иностранном языке факты б) анализировать ситуацию, ставить цели и задачи в) уместное использование средств визуальной опоры; г) разнообразие лексики. Максимально - 10 баллов |

| | | | |
|--------|--|---|--|
| Тема 3 | Эссе (Приложение 4) | Проблемы и преимущества работы в мультикультурной бизнес-среде. | Оценивается а) владение лексико-грамматическим материалом в рамках изученной темы; б) соблюдение грамматических, стилистических и других норм иностранного языка; в) умение выражать свою позицию средствами иностранного языка. Максимальное количество баллов - 10 |
| Тема 4 | Лексико-грамматический тест (Приложение 4) | Четыре задания (в каждом задании по несколько пунктов) на 1. заполнение пропусков в предложении; 2. утверждение истинности / ложности суждения; 3. соотнесение терминов с дефинициями; 4. перевод терминов с русского языка на иностранный (Приложение 4) | Оценивается качество знаний лексического и грамматического материала по пройденным темам курса. Каждый ответ оценивается по 0,5 баллов. Максимальное количество баллов - 10 |
| Тема 4 | Кейс (Приложение 4) | Предлагается решение проблемного задания на закрепление материала и практическое применение полученных знаний | Оценивается а) умение аргументировано, структурировано излагать на иностранном языке факты б) анализировать ситуацию, ставить цели и задачи в) уместное использование средств визуальной опоры; г) умение работать в команде. Максимально - 10 баллов |

| | | | |
|------------|--------------------------|--|--|
| Тема 4 (3) | Проект (Приложение 4) | Конкурентные преимущества компании и способы их развития | Оценивается а) умение аргументировано, структурировано излагать на иностранном языке факты б) анализировать ситуацию, ставить цели и задачи в) уместное использование средств визуальной опоры; г) умение работать в команде. Максимально - 10 баллов |
|------------|--------------------------|--|--|

Промежуточная аттестация (Приложение 5)

| | | | |
|----------------|------------------------------------|--|---------|
| 1 семестр (3а) | Билет для зачета (Приложение 5) | Билет состоит из 2 заданий: 1. Монологическое высказывание по заданной теме с применением активного вокабуляра и изученного грамматического материала; 2. Чтение и пересказ оригинального текста, ответы на вопросы экзаменатора | 50-100% |
| 2 семестр (3а) | Билет для зачета (Приложение 5) | Билет состоит из 2 заданий: 1. Монологическое высказывание по заданной теме с применением активного вокабуляра и изученного грамматического материала; 2. Чтение и пересказ оригинального текста, ответы на вопросы экзаменатора | 50-100% |
| 3 семестр (3а) | Билет для зачета (Приложение 5) | Билет состоит из 2 заданий: 1. Монологическое высказывание по заданной теме с применением активного вокабуляра и изученного грамматического материала; 2. Чтение и пересказ оригинального текста, ответы на вопросы экзаменатора | 50-100% |
| 4 семестр (3а) | Билет для зачета (Приложение 5) | Билет состоит из 2 заданий: 1. Монологическое высказывание по заданной теме с применением активного вокабуляра и изученного грамматического материала; 2. Чтение и пересказ оригинального текста, ответы на вопросы экзаменатора | 50-100% |

ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Показатель оценки освоения ОПОП формируется на основе объединения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающегося.

Показатель рейтинга по каждой дисциплине выражается в процентах, который показывает уровень подготовки студента.

Текущий контроль. Используется 100-балльная система оценивания. Оценка работы студента в течение семестра осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки учебных достижений в процессе обучения по данной дисциплине.

В рабочих программах дисциплин и практик закреплены виды текущего контроля, планируемые результаты контрольных мероприятий и критерии оценки учебных достижений.

В течение семестра преподавателем проводится не менее 3-х контрольных мероприятий, по оценке деятельности студента. Если посещения занятий по дисциплине включены в рейтинг, то данный показатель составляет не более 20% от максимального количества баллов по дисциплине.

Промежуточная аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы студента по окончании дисциплины (части дисциплины) осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки достижений студента в процессе обучения по данной дисциплине. Промежуточная аттестация также проводится по окончании формирования компетенций.

Порядок перевода рейтинга, предусмотренных системой оценивания, по дисциплине, в пятибалльную систему.

Высокий уровень – 100% - 70% - отлично, хорошо.

Средний уровень – 69% - 50% - удовлетворительно.

| Показатель оценки | По 5-балльной системе | Характеристика показателя |
|-------------------|-----------------------|--|
| 100% - 85% | отлично | обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на высоком уровне |
| 84% - 70% | хорошо | обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе работы (ответа и т.д.) |
| 69% - 50% | удовлетворительно | обладают общими теоретическими знаниями, умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на среднем уровне. Допускаются ошибки, которые студент затрудняется исправить самостоятельно. |
| 49 % и менее | неудовлетворительно | обладают не полным объемом общих теоретическими знаниями, не умеют самостоятельно применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Не сформированы умения и навыки для решения профессиональных задач |
| 100% - 50% | зачтено | характеристика показателя соответствует «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» |
| 49 % и менее | не зачтено | характеристика показателя соответствует «неудовлетворительно» |

7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.2 Содержание практических занятий и лабораторных работ

Тема 1. Company (УК-4, ПК-1)

Types of companies and legal structures. Organizational structure and hierarchy. Corporate governance. Company departments and functions. Business communication within organizations. Company profiles and presentations

Тема 2. Marketing Mix (УК-4, ПК-1)

Introduction to the Marketing Mix. Basic marketing concepts and the structure of the Marketing Mix (4Ps/7Ps). Product Strategy and Branding. Product description, product life cycle, branding, and positioning. Pricing Strategies. Pricing methods and strategies, market and competitor analysis. Place: Distribution Channels. Distribution systems, logistics, e-commerce, and international markets. Professional communication with partners and suppliers.

Promotion and Marketing Communications. Advertising, public relations, digital marketing, and social media communication. Integrated Marketing Mix and Case Studies. Application of marketing mix elements in real business situations. Case studies, discussions, and marketing strategy presentations.

Тема 3. International Trade (УК-4, ПК-1)

Introduction to International Trade. Key concepts of global trade, types of international transactions, and main participants in foreign trade activities. Export and Import Operations

Procedures and documentation in export–import activities, trade contracts, and business correspondence in international commerce. Cross-Cultural Business Communication. Cultural differences in international negotiations, professional etiquette, and communication strategies in global business environments.

International Trade Negotiations and Case Studies. Practical application of trade terminology through negotiations, analysis of real trade situations, and business presentations.

Тема 4. Competition (УК-4, ПК-1)

Introduction to Market Competition. Types of competition, market structures, and key economic concepts. Development of professional vocabulary related to competitive environments. Competitive Analysis and Market Research. Methods of analyzing competitors, SWOT analysis, benchmarking, and interpretation of market data in a foreign language. Business Communication in Competitive Contexts Presentations, negotiations, and professional discussions related to competition and strategic business decisions.

7.3. Содержание самостоятельной работы

Тема 2. Marketing Mix (YK-4, ПК-1)

Development of core professional marketing vocabulary. Reading and presenting product-related professional materials. Language skills for negotiations and price discussions. Analysis and creation of marketing messages in a foreign language. Brand Identity and Consumer Perception. Research on how companies create brand image and influence customer perception across different markets. Digital Content Creation for Marketing Purposes. Preparation of promotional texts, social media posts, and advertising materials in a foreign language. Evaluation of Real-World Marketing Campaigns. Independent analysis of successful or unsuccessful marketing campaigns with presentation of findings.

Тема 3. International Trade (YK-4, ПК-1)

International Trade Regulations and Agreements. Trade policies, tariffs and non-tariff barriers, international trade agreements, and the role of global trade organizations. Logistics and Transportation in International Trade. Shipping methods, Incoterms, supply chain management, and communication with logistics partners. Country Market Research Project
Study of trade opportunities, major export/import products, and economic characteristics of a selected country. Business Correspondence in Foreign Trade. Preparation of professional emails, inquiries, offers, and responses used in international business communication.
Case Analysis of Cross-Border Trade Practices. Investigation of real examples of international trade cooperation, including challenges and solutions in global business operations.

Тема 4. Competition (YK-4, ПК-1)

Legal and Ethical Aspects of Competition. Antitrust regulations, fair competition principles, and ethical issues in international business practices. Business Communication in Competitive Contexts Presentations, negotiations, and professional discussions related to competition and strategic business decisions. Brand Competition and Consumer Behavior. Factors influencing consumer choice, brand rivalry, and communication strategies used to gain competitive advantage.

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 1

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 2

7.3.3. Перечень курсовых работ
Не предусмотрено

7.4. Электронное портфолио обучающегося
Материалы размещаются

7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы
Приложение 6

7.6 Методические рекомендации по выполнению курсовой работы
Не предусмотрено

8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

По заявлению студента

В целях доступности освоения программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости кафедра обеспечивает следующие условия:

- особый порядок освоения дисциплины, с учетом состояния их здоровья;
- электронные образовательные ресурсы по дисциплине в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- изучение дисциплины по индивидуальному учебному плану (вне зависимости от формы обучения);
- электронное обучение и дистанционные образовательные технологии, которые предусматривают возможности приема-передачи информации в доступных для них формах.
- доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен РПД.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Сайт библиотеки УрГЭУ
<http://lib.usue.ru/>

Основная литература:

2. Маркова Т. Л., Никифорова М. В., Пирожкова И. С. Грамматика английского глагола [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Екатеринбург: УрГЭУ, 2022. - 99 – Режим доступа: <http://lib.wbstatic.usue.ru/resource/limit/ump/22/p494491.pdf>

3. Первухина И. В., Маркова Т. Л., Пирожкова И. С. Бизнес-коммуникации на английском языке [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Екатеринбург: УрГЭУ, 2024. - 325 – Режим доступа: <http://lib.wbstatic.usue.ru/resource/limit/ump/24/p496417.pdf>

Дополнительная литература:

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Astra Linux Common Edition. Договор №0417-ПО/2019 от 08.05.2019, Акт №Sk000343 от 24.05.2019 и Контракт № 35-У/2018 от 13.06.2018, Акт № УТ213 от 17.12.2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии - без ограничения срока

Справочно-правовая система Консультант +. Договор № 143/223-У/2025 от 02.12.2025 Срок действия лицензии до 31.12.2026

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Реализация учебной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы УрГЭУ, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской и самостоятельной работы обучающихся:

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех видов занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду УрГЭУ.

Все помещения укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием спецоборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, электронным библиотечным системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа презентации и другие учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/ экзамену

1 семестр (зачет)

1. What are advantages of different forms of business ownership?
2. What are disadvantages of different forms of business ownership?
3. What are advantages of different organizational structures?
4. What are disadvantages of different organizational structures?
5. What are the functions of managers at different levels of corporate structure (Board of directors, CEO, middle management, line management)?
6. What are the key functions of top managers?
7. What are the key functions of middle managers?
8. What is Peter Ducker's contribution into the science of management?
9. Is management art or science?
10. What is the difference between a manager and a leader?
11. What are the features of a leader?
12. What leadership styles are you aware of?
13. Is there a difference between a male and female management style?
14. What is the glass ceiling syndrome?
15. What are the principles of good time management?
16. What is the management skills pyramid?
17. What ways of developing leadership skills are you aware of?
18. What is stress? What causes stress?
19. What techniques can be used to overcome stress?
20. What theories of management do you know?
21. What classic theories of motivation can managers apply to encourage their staff to perform?
22. What classic theories of motivation can managers apply to encourage their staff to perform?
23. What modern theories of motivation can managers apply to encourage their staff to perform?
24. What methods of financial motivation can managers use to encourage their staff to perform?
25. What methods of non-financial motivation can managers use to encourage their staff to perform?
26. How do companies motivate staff to work more effectively?
27. What is flexitime? What flexible work arrangements do you know?
28. What is performance appraisal?
29. Give examples of different fringe benefits.
30. Why is it essential to motivate staff?

2 семестр (зачет)

1. What is marketing?
2. What is the selling concept?
3. What is the marketing concept?
4. What are market opportunities? Give your own examples.
5. What is the consumer market?
6. What are the components of the producer market?
7. What is market (marketing) research?
8. What are the types of market research?

9. What types of research techniques exist?
10. What are the pros of different research techniques?
11. What are the cons of different research techniques?
12. What is market segmentation?
13. What are the types of market segmentation?
14. Illustrate market segmentation with your own examples.
15. What are the key principles of designing a questionnaire?
16. What mistakes are typically made while designing the questionnaire?
17. What is a customer profile? How is it compiled?
18. What is the Marketing Mix? Why is it essential in marketing?
19. What is Marketing Mix coherency? Illustrate with your own examples.
20. What is Marketing Mix dynamics? Illustrate with your own examples.
21. Explain Product as the element of the Marketing Mix using your own examples.
22. Why is packaging important? Illustrate with your own examples.
23. What is the Japanese understanding of quality? Illustrate with your own examples.
24. Explain Price as the element of the Marketing Mix using your own examples.
25. What pricing strategies are you aware of?
26. Explain Place as the element of the Marketing Mix using your own examples.
27. What channels of distribution do modern companies use?
28. Explain Promotion as the element of the Marketing Mix using your own examples.
29. What is an effective promotion campaign? Illustrate with your own examples.
30. Can you give examples of promotion campaigns that failed?

3 семестр (зачет)

1. What is a Product as the element of the Marketing Mix?
2. What does the concept of the total product include?
3. Products and brands: is it the same concept?
4. Can you describe the history of the brand of your choice?
5. What is a product line? Give your examples.
6. What is a product range? Give your examples.
7. What is the difference between a product line and a product range?
8. What is the importance of a product life cycle?
9. What are the stages of a product life cycle?
10. Illustrate a product life cycle with your own examples.
11. What affects the length of a product line?
12. What strategies can a company use to increase market share and profitability?
13. What is the difference between line filling and line stretching?
14. Illustrate with examples how line filling and line stretching can be used both successfully and unsuccessfully.
15. What is the difference between products and brands?
16. What is branding?
17. What branding strategies are you aware of? Illustrate with your own examples.
18. What types (categories) of brands do you know?
19. What is brand stretching? Illustrate with your own examples.
20. What is brand filling? Illustrate with your own examples.
21. Why do consumers need brands?
22. Why do producers need brands?
23. What are brands accused of? Why? Illustrate with your own examples.
24. How do young people perceive brands?

25. What strategies could producers use with regard to branding?
26. Illustrate with examples how different strategies can be used successfully.
27. Illustrate with examples how different strategies can be used unsuccessfully.
28. Is it always appropriate to use diversification strategy?
29. Can you give examples of taking a brand upmarket or down-market?
30. Illustrate with examples brand management mistakes.

4 семестр (зачет)

1. What is the Promotion Mix?
2. What is the function of the Promotion Mix?
3. What are the advantages and disadvantages of different components of the Promotion Mix?
4. What is advertising? What are its pros and cons?
5. Can you compare advertising with other promotional tools?
6. What is the function of advertising?
7. What are the types of advertising?
8. What are the pros of different advertising media?
9. What are the cons of different advertising media?
10. What is a brief?
11. What is a media plan?
12. What advertising methods do you know?
13. Which are the most effective advertising media in your opinion? Why?
14. Which are the least effective advertising media in your opinion? Why?
15. What factors are essential in making a good advertisement and successful advertising campaign?
16. Give examples of a good advertisement and successful advertising campaign.
17. What techniques do advertisers use to persuade consumers to buy a product or a service?
18. Give examples of the techniques advertisers use to persuade consumers to buy a product or a service.
19. What models do advertisers use to create effective ads?
20. Do you think advertising is an art?
21. Can you give examples of advertisers who can be called genuine artists?
22. Do you think advertising is a science?
23. What would the world be like without advertising? Illustrate your statements with examples.
24. How important are ethic issues in advertising?
25. Do you think advertising is a clever way of lying about products? Illustrate your statements with examples.
26. What factors are essential in making a good advertisement?
31. What is shocking advertising? Illustrate with your own examples.
27. Why do advertisers tend to advertise products and services in social media?
28. What adverts have you seen or heard that you particularly liked? Why did you like it?
29. What adverts have you seen or heard that you particularly disliked? Why did you dislike it?
30. What trends will influence advertising in the future?

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету с оценкой /экзамену

Примерные практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету

1. Допуск к зачету

- Контрольное аудирование (в классе) (УК-4, ПК-1)

2. Give the English equivalents to the following Russian word and phrases (УК-4, ПК-1)

- 1) постоянное совершенствование
- 2) технические характеристики
- 3) отраслевые стандарты
- 4) клиент, не имеющий предпочтительного бренда
- 5) клиент, предпочитающий определенную торговую марку
- 6) рентабельность
- 7) возможности рынка
- 8) доля рынка
- 9) выстроить рыночную стратегию
- 10) стимулирование сбыта
- 11) нишевой продукт
- 12) приобретать товары и услуги
- 13) соотношение цены и качества
- 14) обеспечить качества продукта/услуги
- 15) создать образ социальной ответственности
- 16) платить премию
- 17) сохранить лидерство на рынке
- 18) барьер для входа на рынок
- 19) целевой рынок
- 20) вытеснять конкурентов с рынка

3. Speak about the chosen topic. Answer the teacher's questions if there are any. See the list of topic in Annex 1. (УК-4, ПК-1)

Примерные практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету

1. Допуск к зачету:

- Контрольное аудирование (в классе) (УК-4, ПК-1)
- Наличие глоссария. Проверка знания вокабуляра по темам (устно) (УК-4, ПК-1)

2. Read the text (~ 2000 symbols) and render it in English. Answer the teacher's questions if there are any (УК-4, ПК-1)

3. Speak about the chosen topic. Answer the teacher's questions if there are any. See the list of topic in Annex 1. (УК-4, ПК-1).

(sample text for rendering)

How not to name a new car

Companies that get it wrong risk both derision and outrage

Bestowing a name on a car, as on a child, is not to be taken lightly. By naming his progeny x æ a-xii, Elon Musk has condemned the boy to a lifetime of befuddled attempts at pronunciation (“ex ash ay twelve”, for those wondering). Naming the first four models produced by Tesla, his car company, s, 3, x and y was equally asinine.

Yet model names that provoke derision or outrage are surprisingly common in the car business. The Ora Funky Cat, from a sub-brand of China’s Great Wall Motors, was recently renamed the Ora 03, ostensibly as part of a new global brand strategy but mainly because it sounded daft. Peugeot’s Bipper Tepee, now discontinued, was about as bad. (Peugeot is owned by Stellantis, whose largest shareholder, Exor, part-owns *The Economist*.) The Nissan Cedric, a large saloon on sale from 1960 until 2004, sounded like it belonged in the previous century. It eventually became the Datsun 200 series in many overseas markets.

Other examples are more off-putting. The Studebaker Dictator was renamed the Commander in 1938 (for obvious reasons), but not so the Suzuki Esteem (though it brought owners none) or Mitsubishi Carisma (it lacked any, and an “h”). Some carmakers have been caught out by unfortunate translations. Chevrolet’s Nova meant “no go” in Spanish, while the Mazda Laputa translated as “prostitute”. Ford’s Pinto (pictured) meant “small penis” in Brazilian slang. Employing letters and numbers is safer but not foolproof. The Toyota mr2 had to drop the *deux* in France: the full name sounded close to the word for “shit”.

Geopolitics has lately made naming a car even more treacherous. Xiaomi, a Chinese tech giant that has turned to carmaking, wants to brand the platform underpinning its inexpensive su7 saloon Modena. This happens to be the name of the Italian city where Ferrari (also part-owned by Exor) and Maserati (of Stellantis), two somewhat pricier European marques, hail from. That has incurred the displeasure of the city’s mayor and Italy’s minister for enterprise, and may fall foul of an Italian law banning the use of Italian place names for foreign products.

It is not only Chinese carmakers that have committed such faux pas. In April Alfa Romeo, one more Italian carmaker owned by Stellantis, was forced to hastily rebrand the Milano, a small suv, as the Junior days after it was launched. The car is made in Poland. Before long a foreign carmaker might try to win favour with Chinese customers by calling one of its models the Hangzhou, after the country’s carmaking heartland. They should think twice.

Possible questions:

In author’s opinion, what might be the sequence(s) of choosing the wrong name for a car?

Is this relevant with regard to other products?

Have you ever experienced facing the names that were translated from one language to another and communicated the wrong message?

**Приложение 6
к рабочей программе**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДЕНЫ
на заседании кафедры делового
иностранного языка

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ
РАБОТЫ ДЛЯ МАГИСТРАНТОВ
ОЧНО-ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ**

по дисциплине

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК

| | |
|-------------|------------------------------|
| Составил(а) | Ивукина Е.С., к.э.н., доцент |
|-------------|------------------------------|

Содержание

| | |
|--|----|
| Введение | 3 |
| Раздел 1. Методические указания по выполнению контрольных работ..... | 3 |
| Раздел 2. Примерные образцы контрольных работ по дисциплине..... | 5 |
| Приложение А - Литература и источники, рекомендуемые кафедрой | 19 |
| Приложение Б - Образец оформления титульного листа | 22 |

Введение

Основной *целью* обучения иностранному языку при заочном обучении является создание базы для дальнейшего профессионального самосовершенствования в области данного языка.

Студенты, изучающие дисциплину **«Профессиональный иностранный язык»**, согласно учебному плану сдают экзамен или зачет по данному курсу. Допуском к этому итоговому контролю знаний является успешное выполнение контрольных работ и собеседование по ним.

Цель написания контрольной работы – выработка у студентов опыта самостоятельного получения углубленных знаний по темам курса **«Профессиональный иностранный язык»**. Выполнение контрольной работы имеет большое значение:

- во-первых, она закрепляет и углубляет лексические знания студентов по изучаемой учебной дисциплине;
- во-вторых, позволяет совершенствовать грамматические навыки, обеспечивающие коммуникацию без искажения смысла при письменном и устном общении; переводе; реферировании и аннотировании текстов;
- в-третьих, студент учится устно излагать свои мысли на английском языке;
- в-четвертых, студент приобретает опыт выступлений и докладов на английском языке.

Программа предусматривает главным образом самостоятельную работу студентов. Рекомендуется использовать учебную литературу, материалы периодической печати и интернета, способствующие выполнению целей и задач обучения.

Аудиторная работа под руководством преподавателя заключается в проведении групповых занятий различного характера (установочные, контрольно-закрепительные и др.).

Кафедра Делового иностранного языка желает вам плодотворной работы в изучении дисциплины **«Профессиональный иностранный язык»** и успешного выполнения контрольных работ.

Раздел 1. Методические указания по выполнению контрольных работ

Контрольная работа выполняется студентом самостоятельно и сдается в установленные кафедрой сроки (но не позднее дня сдачи зачета или экзамена по дисциплине). Тематика и образцы контрольных работ и устных сообщений приведены ниже.

Студенту следует тщательно готовиться к выполнению контрольной работы. Положительный результат будет получен, если студент систематически посещает лекции и самостоятельно работает по программе курса. Необходимо отметить, что самостоятельная работа непременно предполагает самоконтроль, который является залогом дальнейшего совершенствования владения иностранным языком.

В процессе выполнения контрольных работ студенты должны изучить определенные разделы курса изучаемого иностранного языка в объеме, предусмотренном программой.

Основные этапы работы студента над контрольной работой:

- 1) изучение лексического и грамматического материала по теме работы;
- 2) написание работы по предложенному образцу;
- 3) оформление контрольной работы в целом;
- 4) проверка контрольной работы и подготовка к зачету/экзамену.

Список основной и дополнительной литературы, рекомендованной кафедрой, приведен в Приложении А. Кроме того в Приложении А приведен список ресурсов Интернет. Вся рекомендуемая литература имеется в библиотеке на абонементе или в читальном зале.

Наряду с учебниками при подготовке к написанию контрольной работы можно пользоваться словарями (в т. ч. электронными).

Контрольная работа выполняется следующим образом:

1. Задания контрольных работ должны быть выполнены в той последовательности, в которой они даны в методических указаниях¹.
2. При переводе текста пишется только русский текст (перевод) и выполняется условие задания;
3. Выполненные контрольные работы направляются для проверки и рецензирования в установленные сроки.
4. Если контрольная работа выполнена с нарушением данных указаний или не полностью, она возвращается студенту без проверки.
5. Проверив работу, преподаватель в рецензии проставляет оценку «зачет» или «незачет», а также отмечает ее недостатки (при наличии). Оценка «зачтено» предполагает, что студент допускается до сдачи зачета / экзамена по дисциплине².
6. Если работа не зачтена, следует внимательно разобрать допущенные ошибки и неточности, проштудировать неусвоенные разделы грамматики, исправить ошибки и вновь представить ее на проверку вместе с незачтенной работой.

Оформление контрольной работы.

Контрольная работа сдается в письменном виде на листе формата А4, либо выполняется на листе обычной ученической тетради любой разлиновки. Страницы следует пронумеровать.

На титульном листе (Приложение Б) обязательно указываются: дисциплина, ФИО преподавателя, ФИО студента, факультет, группа, специальность. Далее следует основная часть работы.

К зачету/экзамену допускаются студенты, выполнившие контрольные работы. К экзамену/зачету студент должен освоить все темы программы курса. Примерный образец вопросов к зачету/экзамену и перечень тем для устного ответа представлен в Приложении В.

¹По решению преподавателя контрольная работа может быть заменена на подготовку электронной презентации по темам программы и ее защите.

² По решению преподавателя экзамен/зачет может быть сдан в тестовой форме.

Раздел 2. Примерные образцы контрольных работ по дисциплине

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА №1

Для того чтобы правильно выполнить контрольную работу № 1, необходимо усвоить следующие разделы курса английского языка по рекомендованным учебникам:

- порядок построения сложноподчиненных и сложносочиненных предложений
- повторить лексику по теме «Company structure»

ПРИМЕРНЫЙ ОБРАЗЕЦ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ № 1

I. Sentences 1 to 9 make up a short text about different ways in which companies can be structured. Complete each sentence, by taking a middle part from the second box and an end from the third box.

1. Most organizations have a hierarchical or pyramidal structure,
2. A clear line or chain of command runs down the hierarchy,
3. Some people in an organization have an assistant who helps them,
4. Yet the activities of most large organizations are too elaborate,
5. Large companies manufacturing a wide range of products, e.g. General Motors,
6. Businesses that cannot be divided into autonomous divisions with their own markets
7. An inevitable problem with hierarchies is that people at lower levels
8. One solution to this problem is matrix management, in which people report to more than one superior:
9. Another, more recent, idea is to have a network of flexible groups or teams,

- a. are normally decentralized into separate operating divisions,
- b. are unable to make important decisions, but are obliged to pass on responsibility to their boss,
- c. can simulate decentralization, setting up divisions that use
- d. instead of the traditional departments, which are often at war with each other;
- e. so that all employees know who their superior or boss is, to whom they report,
- f. e.g. a brand manager with an idea can deal directly with
- g. this is an example of a staff position: its holder has no line authority,
- h. to be organized in a single hierarchy, and require functional organization,
- i. with a single person or a group of people at the top

- j. and an increasing number of people below them at each successive level.
- k. and is not integrated into the chain of command.
- l. and who their immediate subordinates are, to whom they can give instructions
- m. each with its own engineering, production and sales departments.
- n. internally determined transfer prices when dealing with each other
- o. the appropriate managers in the finance, manufacturing and sales departments.
- p. they are formed to carry out a project, after which they are dissolved and their members reassigned.
- q. unless responsibilities have been explicitly delegated
- r. usually with production or operations, finance, marketing and personnel departments.

Sentence 1: Sentence 4: Sentence 7:

Sentence 2: Sentence 5: Sentence 8:

Sentence 3: Sentence 6: Sentence 9:

II Choose the correct word in *italics* to complete the text.

My company ¹ *produces* / ~~*produets*~~ specialized equipment for the chemical industry. Our ² *head* / *based* office is near Chicago, but we also ³ *specialize* / *operate* in Europe and the China where we have three ⁴ *services* / *subsidiaries*. There are 350 ⁵ *employs* / *employees* in the company. We ⁶ *sell* / *sales* our ⁷ *produce* / *goods* to companies like PFIZER which ⁸ *provides* / *makes* medicine. Our technology is very new, so we don't have many ⁹ *competitors* / *companies*.

III Read the text and complete the statements, choosing the correct answer *a, b, c, or d.*

Timberland is a world-famous company in the market for boots and shoes. It is a real market leader. The goods of this company are of high quality. They meet up-to-date standards. Here are some advantages of working for Timberland. The company is focused on eco-friendly production and it takes steps to use green materials in its products. Timberland offers different jobs whether you are interested in design, marketing, sales, or green business. From entry-level positions to senior management roles, there is something for everyone at Timberland. The company values employee development and training. It offers training programs and resources to help employees improve their skills. The company offers good benefits including healthcare, retirement plans and paid time off. It also gives a range of product discounts and perks. Timberland is a fun place to work. From company events and

social activities to team-building exercises and training programs, there is always something new and interesting happening at Timberland.

1. Timberland is a ____ company that produces boots, shoes and outwear
 - a) small
 - b) world-famous
 - c) national
 - d) Chinese

2. Which of these advantages of working at Timberland are NOT mentioned in the text?
 - a) use of green technologies
 - b) paid time off
 - c) high salary
 - d) training program

3. Eco-friendliness, employee development and ... are the main advantages of Timberland.
 - a) employee benefits and perks
 - b) high price of goods
 - c) solution to problems
 - d) modern trends

4. Timberland is a good company to work for because ...
 - a) the salary is good
 - b) there are company events, social activities, team-building exercises and training programs
 - c) it is famous
 - d) the boots are good

5. The company values employee development. What does it do to improve their skills?
 - a) gives perks and bonuses
 - b) offers training programs and resources
 - c) uses green technologies
 - d) meets up-to-date standards.

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА № 2

Чтобы правильно выполнить контрольную работу № 2, необходимо усвоить следующие разделы курса английского языка по рекомендованным учебникам:

- I. Модальные глаголы: can, may, must.
- II. Активный и пассивный залого.
- III. Повторить лексику по теме «Marketing mix»

ПРИМЕРНЫЙ ОБРАЗЕЦ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ № 2

I. Read this article from the *Financial Times* by Jean-Noel Kapferer and answer the following questions.

No one contests the economic necessity of geographically extending a product – it is a source of economies of scale, of amortization, of rising research-and-development costs and of competitive advantage in local markets. But how far can we push the global idea? For example, the Mars brand is not absolutely global. The Mars chocolate bar is sold as an all-round nutritious snack in the UK and as an energizer in Europe (two different concepts and positioning for the same physical product). Nestle adapts the taste consumer expectations. The Nescafe formulas vary worldwide.

Global marketing implies the wish to extend a single marketing mix to a particular region (for example Europe or Asia) or even to the world. It also denotes a situation in which a firm's competitive position in one country can be significantly affected by its position in other countries. The global approach sees the role of individual countries as only part of a wider competitive strategy.

The aim marketing globalization is not to maximize sales but to increase profitability. In the first place, it cuts out duplicated tasks. For example, instead of brining out different TV advertising for each country, a firm can use a single film for one region. The McCann-Erickson agency is proud of the fact that it has saved Coca-Cola \$90 million in production costs over the past 20 years by producing films with global appeal.

Globalization allows a firm to exploit good ideas, wherever they come from. Timotei shampoo was developed in Finland and spread to other European countries. The beverage Malibu, which is sold worldwide, was created in South Africa.

In drinking Coca-Cola, we drink the American myth – fresh, open, bubbling, young, dynamic, all-American images. Young people in search of identity form a particular target. In an effort to stand out from others, they draw their sources of identity from cultural models provided by the media. Levi's are linked with a mythical image of breaking away down the

lonely open road – an image part James Dean, part Jack Kerouac, tinted with a glimpse of a North American Eldorado. Nike tells young to surpass themselves, to transcend the national confines of race and culture.

1. *List all the brands mentioned in the article, and the products they relate to. Which two products have different positioning in different markets?*

2. *Match the expressions 1-5 with their meanings a-e*

1. amortization of rising R&D costs
2. competitive advantage in local markets
3. economies of scale
4. maximization of sales
5. increased profitability

- a) the idea that the larger amount you produce, the lower the cost of each unit
- b) spreading the cost of research and development over a higher level of sales
- c) being able to successfully compete in a particular place
- d) making more profit
- e) selling as much as possible

3. *True or false? Global marketing means...*

- a) using the same combination of marketing activities in a particular region or the whole world.
- b) that a company's position in one country will not be affected by its position in other countries.
- c) that companies can always use the same advertising campaign all over the world.
- d) that individual countries are part of a wider global strategy.
- e) that companies do not have to do certain tasks more than once.

4. *Match the verbs with the nouns they go with in the article.*

- | | |
|-------------|------------------|
| 1. maximize | a) profitability |
| 2. increase | b) sales |

- | | |
|--------------|----------------------|
| 3. bring out | c) films |
| 4. produce | d) tasks |
| 5. drink | e) advertising |
| 6. duplicate | f) the American myth |

II. Categorize the following aspects of marketing according to the well-known “4 P’s” classification of the marketing mix – product, price, promotion, and place.

| | | | |
|-------------------|---------------------|---------------------|-----------------------|
| Advertising | After-sales service | Brand name | Cash discount |
| Commercials | Credit terms | Characteristics | Distribution channels |
| Franchising | Free samples | Going-rate | Guarantee |
| Inventory | Line-filling | List price | Mailings |
| Market coverage | Market penetration | Market skimming | Media plan |
| Optional features | Packaging | Payment period | Personal selling |
| Points of sale | Posters | Prestige pricing | Production costs |
| Public relations | Publicity | Quality sponsorship | Quantity discounts |
| Retailing | Sizes | Warehousing | Style |
| Transportation | Vending machines | | Wholesaling |

III.

| PRODUCT | PRICE | PLACE | PROMOTION |
|---------|-------|-------|-----------|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

.....
.....

III. For many companies successful marketing begins with the successful sales letters. Read through the following text on how to write the perfect sales letter. Then put one suitable word in each of the blanks.

Do you (1) _____ stop to think about what happens (2) _____ your sales letters after they leave your desk?

You (3) _____ spend hours drafting and redrafting them. But do you give a moment's thought to how your reader (4) _____ react to them when they arrive? If (5) _____, don't write another word until you do. Before you write your next letter, put (6) _____ in the shoes of the customer. Make it reader-friendly. The majority (7) _____ sales letters get filed, lost or binned. The reader-friendly letter stands (8) _____ better chance.

Rule number one: never insult your reader with what is (9) _____ a mass-mailed letter. True, mass mailing is the quickest way (10) _____ reaching hundreds of potential customers. It's also the safest way of ensuring that your letter ends up in the bin. A short personalized letter, (11) _____ gets to the point and clearly demonstrates (12) _____ knowledge of the customer's needs, will inevitably be better received.

As a general rule, the more important (13) _____ person, the shorter your letter (14) _____ be. Managing Directors are deluged with mail. They rarely have time to do (15) _____ than glance at it and are unlikely to respond (16) _____ your letter themselves. So in writing to MDs be brief. Junior managers, on the (17) _____ hand, are generally looking for ideas they can pinch and present to the boss (18) _____ their own. (19) _____ them long and informative letters.

IV. Rewrite the sentences, using Passive Voice. Then translate them.

1. We divided up the tips and shared them equally amongst the staff.
2. We can arrange a loan within six days.
3. Thousands of people see this advert every day.
4. Somebody damaged the goods in transit.
5. We cannot ship your order until we receive payment.
6. Have they closed fifty retail outlets over the last year?

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА № 3

Чтобы правильно выполнить контрольную работу № 3, необходимо усвоить следующие разделы курса английского языка по рекомендованным учебникам:

I. Порядок построения повествовательных, вопросительных и отрицательных предложений в Present, Past и Future simple.

II. Повторить лексику по теме «International trade».

ПРИМЕРНЫЙ ОБРАЗЕЦ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ № 3

I Substitute the underlined words with their synonyms from the box

| | | | | |
|-----------------------|--------|-------------|---------------|---------|
| factors of production | quotas | commodities | protectionism | tariffs |
| barter | | | | |

1. Trade in raw materials and goods is called visible trade in the UK and merchandise trade in the USA.
2. The direct exchange of goods without the use of money.
3. The protection of domestic industry against foreign industry.
4. Some countries had certain advantages because their inputs (costs of labor, raw materials, capital, etc.) may be less expensive.
5. To protect domestic industries, some countries charge taxes on imports.
6. Other countries will restrict the quantity of imports allowed to enter their domestic markets.

II Complete the text by choosing the right option from the words in italics.

Logistics is a word most often seen on the side of trucks and is mostly associated with (1) *transport / export* of goods from one place to another. But it has a bigger meaning, the management of the flow of materials through an organization from (2) *raw / basic* materials to finished goods. It might sound a simple enough business moving things around but it is growing more complex as new technology and the use of (3) *e-mail / the Internet* allows to

implement (4) *news / information* about a product.

This has opened up many new (5) *markets / ways* for the logistics industry. When you first (6) *launch / begin* a new t-business it is cheaper and more efficient for delivery of products. It also reduces the initial investment and (7) *materials / inventory* factor in starting a new business.

Good logistics also play an important role in reducing the costly inventory problem of over (8) *supplying / stocking* and guaranteeing that there are no problems in the supply (9) *flow / chain*.

III Put the words in the correct order to make sentences. The first word in the sentence is in capitals

1. to / This order / Puerto Rico / is being shipped.
2. all over Europe / the industry leader / is / Transcargo / operations / with.
3. the supply chain / Information technology / of / the dynamics / has changed.
4. super-cheap versions / are / Fake goods / of expensive brands / usually.
5. an employee / arrives / When / at the loading place / registers the delivery / a truck.
6. is important / raw materials / of / Securing / long-term suppliers.
7. raw materials / transport / Lorries and trucks / to the factories

IV Which is the odd one in each line

- 1 a) commodity b) goods c) products d) components
2. a) lorry b) truck c) car d) ship
3. a) start b) finish c) commence d) begin
4. a) significant b) considerable c) hopeful d) important
5. a) provide b) sell c) supply d) offer
6. a) box b) container c) toy d) crate

V Choose the correct answer a, b, or c

1. The factors of production include _____.
a) land, labor and capital
b) land and capital
c) labor and capital
2. Some marketers believe that pricing is the most important _____ in the marketing mix.
a) idea

- b) value
- c) item

3. She is a _____ in Eastern European affairs .

- a) specialists'
- b) specialist
- c) speciality

We specialize in _____ and label design.

- a) packs
- b) packaging
- c) boxes

5. An economy of scale is a situation in which costs rise much more _____ than the size of production.

- a) slowly
- b) faster
- c) no movement at all

6. Could you tell me more about the steps _____ in this process? (= steps that make up this process)

- a) involved
- b) interested
- c) achieved

7. Not many people use this product. = The _____ for this product is weak.

- a) request
- b) use
- c) demand

8. Market structure is connected with _____

- a) environment
- b) competition
- c) production

9. Not many people use this product. = The _____ for this product is weak.

- a) request
- b) use
- c) demand

10. In the modern world an economy is considered open when it _____

- a) only imports goods and services
- b) only exports goods and services
- c) imports and exports goods and services

VI Look at the news stories. Underline the verbs that tell you how the indicators moved: up or down. Mark them with an arrow showing the direction up () or ↓ down () ↓

A German unemployment rate falls slightly as the economy continues to create new jobs. Exports, especially of machinery, rise dramatically as world demand remains strong.

B Bank of England warns as inflation increases sharply to 3.4% House owners suffer from more pain as mortgage rates go up by 0.5% from 4.5% to 5%.

C Oil prices decrease as demand from China goes down sharply.

D US house prices continue to fall steadily as the number of new homes constructed drops steeply and firms lay off workers.

Now complete the table with the verbs you underlined.

| | |
|--|--|
| | |
| | |
| | |
| | |

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА № 4

Чтобы правильно выполнить контрольную работу №4, необходимо усвоить следующие разделы курса английского языка по рекомендованным учебникам:

- I. **Неличные формы глагола.** Причастия I и II, их функции.
- II. **Сложные предложения.** Придаточные предложения и их типы.
- III. **Повторите лексику по теме «Competition»**

ПРИМЕРНЫЙ ОБРАЗЕЦ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ № 4

I Complete the TV reporter's commentary with the expressions below

| | | | |
|------------------|----------------|---------------|---------------|
| market economy | market place | market prices | market forces |
| market pressures | market reforms | | |

In China, all economic activity used to be controlled by the state. Prices were fixed by the government, not by buyers and sellers in the market (1)_____. But in the last 40 years there has been a series of market (2) _____ that have allowed people to go into business and start their own companies. Market (3) _____ are determined by what buyers are willing to pay, rather than by the state. There are still state-owned companies that lose a lot of money. Until recently, they have been protected from market (4) _____ , but market (5) _____ will eventually mean that they close down. Of course, the market (6) _____ has its losers: those without work, and victims of crime, which used to be very rare.

II Read the statements and decide whether they are true or false

| | | |
|---|--|--------------|
| 1 | If a market leader succeeds in increasing the size of the total market, its competitors benefit. | TRUE / FALSE |
| 2 | The size of a market can be increased without attracting any new consumers. | TRUE / FALSE |
| 3 | Market challengers can attack leaders by way of any of the four P's of the marketing mix. | TRUE / FALSE |
| 4 | The most profitable companies are logically those with medium or high market share. | TRUE / FALSE |
| 5 | Market followers generally achieve cost reductions through economies of scale | TRUE / FALSE |
| 6 | For a market niche, product imitation can be as profitable as product innovation. | TRUE / FALSE |
| 7 | Market challengers cannot use the same strategies as leaders. | TRUE / FALSE |
| 8 | Market leaders generally win price wars. | TRUE / FALSE |

| | | |
|----|--|--------------|
| 9 | A market niche is never safe from an attack by a larger company. | TRUE / FALSE |
| 10 | Market challengers generally attack the leader and market followers. | TRUE / FALSE |

III Complete the following sentences using the appropriate form of the second verb

1. We can't afford (take) any risks.
2. We risk (lose) everything if we fail.
3. Everything will be OK providing we manage (get) financial backing.
4. We can't really avoid (involve) the shareholders.
5. I'd recommend (concentrate) on cash flow to begin with.
6. Would you mind (run) your eye over these figures?
7. It'll involve (sacrifice) a lot.
8. Everything appears (be) all right.
9. I tend (agree) with you.
10. We used (work) in different departments, but now we work together.
11. Are you used to..... (take) the initiative or do you want to be told what to do?
12. I strongly advise you (get) professional advice.
13. Have you considered (draw) up a provisional business plan?
14. Surely you don't expect us (pay) for this ourselves?
15. If we do something about it now, it'll save us (have) to sort it out later.
16. I suggest we (meet) at eleven.
17. We stopped at 11 (have) a break.
18. Thankfully, they've stopped (send) us their damned publicity leaflets.
19. Don't forget (do) that report.

20. I'll never forget(meet) them for the first time.

IV People – especially journalists – talking and writing about business, use a lot of metaphors about health and sickness. Companies or economic sectors can be healthy, strong or robust, or they can be sick, weak or ailing, and so on.

Here are twelve words and expressions normally associated with people's health. Put them in the appropriate spaces in the sentences below, changing the form of the verb where necessary.

| | | | | | | |
|----------------|----------|-----------|-----------------------------|--------|----------|--------|
| ailing | healthy | paralyzed | surgery | suffer | disease | robust |
| recover | terminal | casualty | give a clean bill of health | | vitality | |
| return to form | | injection | in good shape | | | |

1. After a thorough investigation by the aviation authorities, the airline was, and will resume flying tomorrow.
2. Although it seemed at one stage that it would never, the housing market is now showing new signs of
3. He stated that thousands of small businesses are continuing to because of the current high interest rates.
4. Like many small companies in its industry, Jacksons was a of the last recession.
5. Since its CEO was arrested last month, the company seems to be completely
6. The car manufacturer is reported to be in talks with a Japanese company, which will give it an of cash and launch a joint venture.
7. The box office figures seem to show that with this new blockbuster movie, Disney has
8. The company's Singaporean subsidiary is showing a profit.
9. These excellent figures suggest that the company is
10. The minister stated that Britain's "industrial....." Was now a thing of the past. The number of strikes had diminished, and the economy was now

11. Commentators believe that the textile industry in the North is in decline.
12. Fairly drastic is required if the Bristol plant is to be saved from closure.

V. Fill in the gaps in the sentences with the appropriate conjunctions.: who, that, which, when, where, why, how...

1. Economic transactions often affect other people ... are not directly involved in those transactions.
2. In the modernized, industrial world ... we live in, wealth generally means all the collected store of valuable things ... belong to a person or family, company or country.
3. Our analysts' report determined the reasons ... our company had lost its loyal customers.
4. The reason ... the law of demand works is quite obvious: the money ... we have is limited.
5. A new Personnel Manager suggested ... to decrease high level of staff turnover in the company

VI Translate the sentences about Market Concentration

1. The arguments against market concentration are obvious: monopolists are always able to make excessive profit, and businesses facing no competition have no incentives to find ways to reduce costs.
2. The only common argument in favor of market concentration concerns patents: it is right that inventors should be granted a temporary monopoly as a reward for innovation or discovery.
3. Some people argue that any barrier to competition will inevitably lead to inefficiency. A counter argument is that erecting barriers – for example, by process innovation, product differentiation, persuasive advertising, or pricing policy – in order to be successful and to make competitors less successful, is a normal part of rivalry and competition.
4. According to the economists, market concentration arises naturally from a few successful firms growing larger as a result of increased efficiency, innovation, and the economies of scale in production, distribution, R&D, capital financing, and so on.

Приложение А - Литература и источники, рекомендуемые кафедрой

Основная литература

1. Английский язык [Текст] : учебное пособие / [С. С. Андриевских [и др.] ; под общ. ред. Н. Г. Сосниной] ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. - Екатеринбург : [Издательство УрГЭУ], 2014. - 197 с. <http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/14/p441277.pdf> 172экз.
2. Попов, Е. Б. Miscellaneous items: Общеразговорный английский язык [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. Б. Попов. - Москва : ИНФРА-М, 2015. - 132 с. <http://znanium.com/go.php?id=515335>
3. Маньковская, З. В. Деловой английский язык: ускоренный курс [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 "Менеджмент" (квалификация (степень) бакалавр) / З. В. Маньковская. - Москва : ИНФРА-М, 2017. - 160 с. <http://znanium.com/go.php?id=752502>
4. Murphy, R. English Grammar in Use. With answers [Текст] : a self-study reference and practice book for intermediate learners of English / Raymond Murphy. - 4th ed. - Cambridge : Cambridge University Press, 2015. - 380 с. 10экз.
5. Гальчук, Л. М. Грамматика английского языка: коммуникативный курс [Электронный ресурс] : 5D English Grammar in Charts, Exercises, Film-based Tasks, Texts and Tests : учебное пособие / Л. М. Гальчук ; Новосиб. гос. ун-т экономики и упр. - Москва : Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2017. - 440 с. <http://znanium.com/go.php?id=559505>
6. Шурова, И. И. Модальные глаголы [Текст] : учеб. пособие / И. И. Шурова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. - Екатеринбург : [Издательство УрГЭУ], 2012. - 30 с. <http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/12/p475215.pdf> 100экз.
7. Караванов, А. А. Времена английского глагола. Система, правила, упражнения, тесты [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. А. Караванов. - Москва : ИНФРА-М, 2016. - 212 с. <http://znanium.com/go.php?id=525075>
8. Горынина, А. А. Основные времена активного залога [Текст] : грамматический тренажер : учебное пособие / А. А. Горынина, С. Ю. Марцинкевич, Н. А. Николаева ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. - Екатеринбург : [Издательство УрГЭУ], 2015. - 108 с. <http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/15/p482962.pdf> 70экз.

Дополнительная литература

1. Деловой английский язык : сборник текстов и практических заданий для студентов I курса специальностей 08.05.00 "Менеджмент" и 03.24.01 "Реклама" / Федер. агентство по образованию, Урал. гос. экон. ун-т ; [сост. И. И. Шурова]. - Екатеринбург : [Издательство УрГЭУ], 2009. - 88 с. 250 экз.
<http://lib.usue.ru/resource/limit/uml/09/m2031.pdf>
2. Качалова, К. Н. Практическая грамматика английского языка с упражнениями и ключами [Текст] : [учебник] / К. Н. Качалова, Е. Е. Израилевич. - Санкт-Петербург : КАРО, 2014. - 600 с. 1экз.
3. **Английский язык. Проблемы** современной семьи : методические указания для аудиторной и внеаудиторной работы студентов I курса специальности 08.01.02 "Мировая экономика" / Федер. агентство по образованию, Урал. гос. экон. ун-т ; [сост.: И. Г. Глазкова, Т. Л. Маркова]. - Екатеринбург : [Издательство УрГЭУ], 2009. - 44 с. - 40.00 р.
<http://lib.usue.ru/resource/limit/uml/09/m2102.pdf>
4. Английский язык : методические указания по теме "Foods and Meals" для студентов I и II курса специальности 08.01.02 "Мировая экономика" / М-во образования Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т ; [сост. Н. М. Гагарина]. - Екатеринбург : [Издательство УрГЭУ], 2004. - 34 с.
5. Soars Liz. Headway Elementary [Текст] : Workbook / L. Soars, J. Soars. - Oxford : Oxford University Press, 2001. - 95 с. 15экз.
6. Soars Liz. Headway Elementary [Текст] : Student's book / L. Soars, J. Soars. - Oxford : Oxford University Press, 2001. - 128 с. 15экз.
7. Soars John. Headway Pre-Intermediate [Текст] : Student's book / J. Soars, L. Soars. - Oxford : Oxford University Press, 2001. - 143 с. 15экз.
8. Soars John. Headway Pre-Intermediate [Текст] : Workbook / J. Soars, L. Soars. - Oxford : Oxford University Press, 2001. - 94 с. 15экз.
9. Dean Michael. Opportunities Elementary [Текст] : Language Powerbook / M. Dean, O. Johnston; With Mini-Grammar by A. Sikorzynska. - Harlow : Pearson Education (Longman), 2003. - 111 с. 15экз.
10. Clarke Simon, In Company. Pre-intermediate / Clarke Simon. - [S. l. : s. n.], 2007. - 15 экз.

Ресурсы Интернет

1. www.dailyesl.com
2. www.esl-lab.com
3. www.english-test.net/
4. www.youtube.com
5. www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish
6. www.voanews.com/specialenglish
7. www.nonstopenglish.com

Приложение Б - Образец оформления титульного листа
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВО «УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА № ____
по дисциплине "Профессиональный иностранный язык"

Вариант № ____

(вписать номер контрольной работы и варианта)

| | | | |
|---------------------------|--------------------------------|--------------|---|
| Институт | Очно - заочная магистратура | Студент | ФИО полностью |
| Направление подготовки | 38.04.01. Экономика | Группа | Название группы |
| Профиль подготовки | все | Руководитель | Фамилия И.О., степень, звание, должность |

Кафедра Делового
иностранного языка

Дата защиты XX.XX.XXXX г.

Оценка « »

Екатеринбург

Приложение В – Примерный образец заданий к зачету/экзамену по дисциплине.

Часть 1. Сделайте устное сообщение по теме ... (перечень тем для устного сообщения приведен ниже)

Часть 2.

Обязательная часть

Выберите единственный правильный вариант ответа:

I.

1. I like to visit other countries but I find the of travel is too high.
(a) money (b) cost..... (c) expenses (d) currency
2. She is very happy because she starts her new today.
(a) job..... (b)work (c)labour (d) post
3. One day I hope I shall the lottery.
(a) gain (b) collect..... (c) reach (d) win
4. He must have a lot of money because this summer he is going on a cruise the world.
(a) about..... (b) around (c) across (d) through
5. Have you read that book the life of Van Gogh?
(a) about (b) of (c) over (d) in
6. Do you want sugar in your coffee?
(a) some (b) much (c) any..... (d) little
7. They do not cheques in that restaurant.
(a) accept..... (b) agree (c) allow..... (d) admit
8. I cannot work today because I have very bad tooth.....
(a) pain..... (b) hurt (c) damage (d) ache
9. Children are not in that public house.
(a) aloud (b) allowed (c) accepted..... (d) agreed
10. You can see the about the sale in the local paper.
(a) announcement..... (b) warning (c) notice (d) advertisement

II.

1. James is away,?
A isn't he.....B doesn't he.....C is he
2. I seem to have run of money. Can you lend me some?
A out.....B low.....C ahead
3. If you don't like this idea, then come with something better.
A across.....B in.....C up
4. speak to them about our idea earlier today?
A Were you able to.....B Did you succeed inC Did you manage
5. Our most customer has been with us for over 25 years.
A loyal.....B courteous.....C attentive
6. Do you know what time?
A is it.....B it is.....C does it
7. Let's up a list of action points.

- A take.....B draw.....C set**
8. We have very information about you. Tell us about yourself.
A little.....B few.....C plenty
9. We've looked at the history, so now let's to our current activities.
A turn on.....B notice.....C move on
10. Many women feel that they hit a glass on the corporate ladder.
A roof.....B attic.....C ceiling
11. Today, we need to on a date for the launch and promotion.
A discuss.....B meet.....C decide
12. What they are asking is ridiculous.
A very.....B absolutely.....C such
13. There's a real in the market for this kind of service, I think.
A gap.....B break.....C miss
14. Shirley is very calm and down to
A key.....B world.....C earth
15. The pros definitely the cons.
A outcome.....B outweigh.....C outlook

III. Отметьте, какие из перечисленных английских предложений верны/неверны (true/false):

1. English is the most popular foreign language in our country.
2. After Friday comes Monday.

Вопросы с несколькими вариантами ответов

IV. Соотнесите слова и их определения

| | |
|--------------|--|
| 1) adaptable | a) the group of people who work for an organization |
| 2) consumer | b) a piece of work given to someone, typically as part of their studies or job |
| 3) agenda | c) the place where a public event or meeting happens |
| 4) staff | d) able or willing to change in order to suit different conditions |
| 5) trend | e) to make something stronger |
| 6) workload | f) a person who buys goods or services for their own use |
| 7) venue | g) to find an answer to a problem |
| 8) reinforce | h) a list of matters to be discussed at a meeting |
| 9) solve | i) the amount of work to be done, especially by a particular person or machine in a period of time |

| | |
|----------------|--|
| 10) assignment | j) a general development or change in a situation or in the way that people are behaving |
|----------------|--|

V. Соотнесите английские предлоги с русскими:

| | |
|---------------------|---------------|
| 1. in the middle of | a) между |
| 2. under | b) в середине |
| 3. in the corner | c) ниже, под |
| 4. next to | d) спереди |
| 5. between | e) в углу |
| 6. in front of | f) рядом с |

VI. Соотнесите описание различных функций компании:

- | | |
|---|---------------------------------|
| 1 Creates new products. | A administration |
| 2 In charge of the welfare of employees. | B purchasing |
| 3 Keeps a record of all payments made and received. | C personnel |
| 4 Orders all supplies needed. | D research & development |
| 5 Provides office services, e.g. typing | E sales & marketing |
| | F production |
| | G accounts |
| | H legal |

VII

- 1 The business has moved to a new office.
Has the business **A)** closed
B) gone to another place?
- 2 It is cheaper to travel by bus than by train.
Is travelling by train **A)** more expensive
B) less expensive?
- 3 I want to make a quick visit to our Hong Kong office.
Will I stay at the Hong Kong office for **A)** a long time
B) a short time?
- 4 We only accept debit cards or cash.
Do we accept **A)** just cash
B) either debit cards or cash?
- 5 More and more women are using the Internet.
Is the number of women **A)** increasing
B) decreasing?

VIII

- 1 There is a delivery charge of £5 on small orders.
Is there a delivery charge on **A)** every order

| | |
|--|---|
| <p> 1 CIF 2 EXW 3 CPT 4 Irrevocable letter of credit 5 CFR </p> | <p> A The cost and transportation of the goods, carriage paid, to a named destination in the buyer's country. B This document is a receipt for goods loaded on a ship. C This price covers the cost, insurance and freight charges to port of destination. D This document is evidence that goods have been sent by air. E This document ensures that the exporter will be paid. F This price includes cost and freight, but not insurance, to a named port of destination in the buyer's country. G This price covers the ex-works cost of goods, but not the insurance and freight charges. </p> |
|--|---|

Структура устного сообщения

Устное сообщение должно состоять не менее чем из 10 предложений с использованием изученных лексики и грамматических структур, содержать введение, основную часть и заключение.

Критерии оценивания устного сообщения

Оценка «5» (отлично) ставится обучаемому, если он в целом справился с поставленными речевыми задачами. Его высказывание было связным и логически последовательным. Диапазон используемых языковых средств достаточно широк. Языковые средства были правильно употреблены, практически отсутствовали ошибки, нарушающие коммуникацию, или они были незначительны. Объем высказывания соответствует программе. Наблюдалась легкость речи и достаточно правильное произношение. Речь обучаемого была эмоционально окрашена, в ней имели место не только передача отдельных фактов (отдельной информации), но и элементы их оценки, выражения собственного мнения.

Оценка «4» (хорошо) выставляется обучаемому, если он в целом справился с поставленными речевыми задачами. Его высказывание было связанным и последовательным. Использовался довольно большой объем языковых средств, которые были употреблены правильно. Однако были сделаны отдельные ошибки, нарушающие коммуникацию. Темп речи был несколько замедлен. Отмечалось произношение, страдающее сильным влиянием родного языка. Речь была недостаточно эмоционально окрашена. Элементы оценки имели место, но в большей степени высказывание содержало информацию и отражало конкретные факты.

Оценка «3» (удовлетворительно) ставится обучаемому, если он сумел в основном решить поставленную речевую задачу, но диапазон языковых средств был ограничен, объем высказывания не достиг нормы. Ученик допускал языковые ошибки. В некоторых местах нарушалась последовательность высказывания. Практически отсутствовали элементы оценки и выражения собственного мнения. Речь не была эмоционально окрашенной. Темп речи был замедленным.

Оценка «2» (неудовлетворительно) ставится обучаемому, если он только частично справился с решением коммуникативной задачи. Высказывание было небольшим по объему (не соответствовало требованиям программы). Наблюдалась узость вокабуляра. Отсутствовали элементы собственной оценки. Учащийся допускал большое количество ошибок, как языковых, так и фонетических. Многие ошибки нарушали понимание.

Критерии оценивания общих результатов выполненного задания к зачету/экзамену по дисциплине

«5» (отлично) – за глубокое и полное овладение содержанием учебного материала, в котором студент свободно и уверенно ориентируется; за умение практически применять теоретические знания, качественно выполнять все виды предложенных заданий.

«4» (хорошо) – если студент полно освоил учебный материал, ориентируется в изученном материале, осознанно применяет теоретические знания на практике, грамотно излагает ответ (в письменной форме), но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности или негрубые ошибки.

«3» (удовлетворительно) – если студент обнаруживает знание и понимание основных положений учебного материала, но допускает значительное количество грубых ошибок.

«2» (неудовлетворительно) – если студент имеет разрозненные, бессистемные знания, допускает значительное количество грубых ошибок в определении базовых понятий, искажает их смысл; не может практически применять теоретические знания.