

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
международной экономики и
внешнеэкономической деятельности



Ендовицкая Е.В.
02.07.2018г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1. В.ДВ.13.02 Профессиональная экономическая терминология на английском языке

1. **Шифр и наименование направления подготовки/специальности:**
38.03.01 «Экономика»
2. **Профиль подготовки/специализации:** «Мировая экономика»
3. **Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр
4. **Форма образования:** очная
5. **Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:**
Международной экономики и внешнеэкономической деятельности
6. **Составители программы:** Семенова Ольга Александровна, преподаватель
7. **Рекомендована:**
НМС факультета международных отношений протокол №6 от 21.06.2018 г.
8. **Учебный год:** 2019 – 2020 **Семестр(-ы):** 7

9. Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель дисциплины: является повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в области экономики профессиональной деятельности при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.

Задачи учебной дисциплины:

- познакомить студентов с возможностями использовать устойчивые речевые выражения в области экономики на английском языке, способность анализировать коммуникативные стили общения;
- стимулировать интеллектуальное и эмоциональное развитие личности учащегося, овладение им определенными когнитивными приемами, позволяющими совершать коммуникативную и познавательную деятельность;
- изучить основные методы, способы коммуникативного стиля общения;
- развить способности к социальному взаимодействию, сформировать устойчивые мотивационные стимулы и умения постоянного самосовершенствования;
- сформировать устойчивую потребность в общении на английском языке и в овладении культурой английской речи, культурой речевого поведения.

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП: дисциплина относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины», дисциплина по выбору.

Преподавание данной дисциплины ведется в седьмом семестре четвертого года обучения на основе базовых знаний, полученных в первых шести семестрах по дисциплинам «Русский язык для письменной и устной речи», «Международный бизнес», «Международный аутсорсинг», «Маркетинг».

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников):

Компетенция		Планируемые результаты обучения
Код	Название	
ОК-4	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	знать: <ul style="list-style-type: none">– основные возможности владения культурой английской речи и культурой речевого поведения– специальную терминологию на английском языке, используемую в текстах экономического направления уметь: <ul style="list-style-type: none">– вести устную и письменную профессиональную коммуникацию на иностранном языке;– понимать содержание прочитанного материала и передавать полученную информацию на русском и иностранном языках. владеть: <ul style="list-style-type: none">– основными навыками перевода научных текстов с иностранного и на иностранный языки;
ОПК-4	способностью находить организационно-управленческие	знать: <ul style="list-style-type: none">– методы применения экономических письменных текстов

решения профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность	В	<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать оригинальные тексты по направлению «Экономика» для организационно-управленческих решений. <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – изученным языковым материалом, экономическими знаниями моделями социальных ситуаций, типичными сценариями взаимодействия участников межкультурной коммуникации
---	---	---

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час. (в соответствии с учебным планом) — 2/72.

Форма промежуточной аттестации(зачет/экзамен) зачет/контрольная.

13. Виды учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость	
	Всего	По семестрам
		7 семестр
практические	36	36
Самостоятельная работа	36	36
Форма промежуточной аттестации	Контрольная работа/зачет	Контрольная работа/зачет
Итого:	72	72

13.1. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Менеджмент	Определение понятия «менеджмент». Функции менеджмента. Основные элементы управленческого процесса. Уровни и области менеджмента. Определение понятия «организация». Коммерческая и некоммерческая организации. Future Continuous. Инфинитив. Сложное дополнение. Сложное подлежащее.
2	Стратегический менеджмент	Определение понятия «стратегический менеджмент». Компоненты процесса стратегического менеджмента. Значение стратегического менеджмента. Согласование времен.Future in the Past'. Used to/would. Second Conditional.
3	Мастерство менеджмента	База знаний. Ключевые знания, умения, необходимые менеджеру. Эффективность менеджмента. Past Perfect. Косвенная речь. Дополнительные придаточные предложения

		после глагола wish. Придаточные сравнения с союзами as if/as though
4	Работа компании	Управленческая деятельность. Зоны ответственности в управлении организацией. Корпоративная культура. Структура компании. История компании. Интернет. E-mail переписка. Обобщающее повторение грамматического материала. Present Simple and Present Continuous. Time expressions.
5	Этикет делового общения	Развитие контактов. Культура ведения бизнеса в разных странах. Работа в коллективе. Виды деловых писем. Обобщающее повторение грамматического материала. Present Perfect and Past Simple. Describing habits and customs. Countable and uncountable nouns. Expressions of quantity. .
6	Управление человеческими ресурсами	Переподготовка кадров. Описание обязанностей работника. Удовлетворенность работой. Запросы и заявления. Общение по телефону. Обобщающее повторение грамматического материала. Expressing personal opinions. Comparison of adjectives. Making suggestions
7	Маркетинг	Продвижение и сертификация продукции. Торговая ярмарка. Деловые отношения и переговоры. Обобщающее повторение грамматического материала. Expressing purpose. Forming questions. First Conditional.
8	Деловые встречи	Бизнес-отели. Совещания по вопросам продаж. Отчеты. Подготовка доклада и презентации. Обобщающее повторение грамматического материала. Expressing criticism (modal perfects). Contrasting ideas. The Passive Voice. "Too" and "enough".
9	Новые технологии и инновации.	Использование интернета. Исследование отношения работников к инновациям. Оффшорная деятельность и аутсорсинг. Обобщающее повторение грамматического материала. "Used to" for past actions/habits. The definite article. Reported speech. Reporting verbs. Expressing causes.

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Виды занятий (часов)				
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего
1.	Менеджмент	-	4	-	4	8
2.	Стратегический менеджмент	-	4	-	4	8

3.	Мастерство менеджмента	-	4	-	4	8
4.	Работа компании	-	4	-	4	8
5.	Этикет делового общения	-	4	-	4	8
6.	Управление человеческими ресурсами	-	4	-	4	8
7.	Маркетинг	-	4	-	4	8
8.	Деловые встречи	-	4	-	4	8
9.	Новые технологии и инновации.	-	4	-	4	8
Итого:		-	36	-	36	72

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Для обеспечения систематической и регулярной работы по изучению дисциплины и успешного прохождения текущих и промежуточных аттестационных испытаний студенту рекомендуется:

- посещать аудиторные практические занятия. Практические занятия включают в себя подробное изучение каждой темы. В ходе практических занятий необходимо вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на практические рекомендации преподавателя;

- сдать практические работы по написанию письменных заданий;
- защитить презентацию
- выполнить контрольную работу.

В случае отсутствия на практических занятиях, а также при неудовлетворительных показателях итоговых результатов текущего аттестационного контроля знаний над учебной дисциплиной, студенты дополнительно, по темам пропущенных занятий, пишут рефераты, оформляя их в соответствии со стандартными требованиями.

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Морозов Ю.В., Гришина В.Т. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник/ Ю.В. Морозов В.Т. Гришина. - Москва: Издательско-торговая компания «Дашко и К», 2016.- 446с. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=418086
2	Бельчик Т.А. Методы исследований в менеджменте: учебное пособие/ Т.А Бельчик.- Кемерово, 2014.-308с.- . URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=278324

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
4	<i>Англо-русский экономический словарь: около 60000 терминов и терминологических словосочетаний/ И.Ф.Жданов, Э.Л. Вартумян. – 3-е изд. - М, 2000. -873с</i>
5	<i>Business Advantage. Intermediate: Student's Book / A. Koester.— Cambridge: Cambridge University Press, 2012. — 192 p.</i>
6	<i>Brook-Hart, G. Business Benchmark. Upper Intermediate BULATS and Business Vantage: Personal Study Book / G. Brook-Hart .- 2nd ed. - Cambridge: Cambridge University Press, 2013 .- 80 p.</i>
7	<i>Brook-Hart, G. Business Benchmark. Upper Intermediate BULATS and Business Vantage: Personal Study Book / G. Brook-Hart .- 2nd ed. - Cambridge: Cambridge University Press, 2013 .- 80 p.</i>

в) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

№ п/п	Источник
8	<i>Financial Links</i> : http://www accurapid.com/journal/00financial.htm
9	<i>Economic Freedom index of 2017</i> : http://www.heritage.org/index
10	<i>Transparency International</i> : https://www.transparency.org
11	<i>Official website of Geert Hofstede</i> : https://www.hofstede-insights.com
12	Национальный венчурный фонд «Green Grant». Англо-русский и русско-английский глоссарий терминов, употребляемых в сфере венчурного финансирования: http://www.venture-nvf.ru/law_glos.htm
13	Финансово-экономические и другие словари: http://users.i.com.ua/~russo/index.html
14	Энциклопедия банковского дела и финансов: http://www.cofe.ru/Finance/
15	http://www.economist.com/

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем и вопросов учебной дисциплины. Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по учебному курсу определяется учебным планом. При самостоятельной работе, обучающийся взаимодействует с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и ресурсами сети Internet, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме. Вопросы, которые вызывают у обучающихся затруднения по подготовке, должны быть сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Перечень тем для самостоятельной работы

1. Making Contacts Across Cultures (getting connected, introductions, names and titles, using the telephone in business, contracts across cultures)
2. Business Correspondence (letters, faxes, memos). Summaries, Notes, Reports
3. Working together (do we understand each other, socializing with colleagues, gift giving, negotiator qualities, styles of persuasion, women and the workplace)
4. International Trade (ordering and supplying goods or services, answering and making enquiries, making offers)
5. Money matters (methods of payment, cash flow, invoicing, dealing with non-payment problems)
6. Sales and Negotiation (selling and buying productes, negotiating face-to-face and on the phone, negotiations across cultures)
7. Marketing (marketing a product, market reseach, promotion and advertising, global marketing, global anf national brands)
8. Jobs and careers (applying for jobs and seeking promotion, participating in interviews)
9. Overview of advertising management (the magnitude of advertising, adv. Functions, adv. Strategy, the adv. Management process, setting adv. Objectives, budgeting for advertising)
10. Creative advertising strategy
11. Message appeals and enders in advertising

- 12. Analysis of advertising media
- 13. Media strategy
- 14. Direct advertising and database marketing
- 15. Assessing advertising effectiveness

17. Информационные технологии, используемые для реализации учебной дисциплины, включая программное обеспечение и информационно-справочные системы (при необходимости): необходимость в информационных технологиях отсутствует.

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины: Аудитории типового оснащения для проведения лекционных и семинарских занятий, обеспечивающие организацию учебного места обучающегося.

19. Фонд оценочных средств:

Перечень компетенций с указанием этапов формирования и планируемых результатов обучения

Код и содержание компетенции (или ее части)	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции посредством формирования знаний, умений, навыков)	Этапы формирования компетенции (разделы (темы) дисциплины или модуля и их наименование)	ФОС* (средства оценивания)
ОК-4: способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	знать: <ul style="list-style-type: none"> – основные возможности владения культурой английской речи и культурой речевого поведения – специальную терминологию на английском языке, используемую в текстах экономического направления 	тема 1-9	Письменная работа по экономической терминологии, презентации
	уметь: <ul style="list-style-type: none"> – вести устную и письменную профессиональную коммуникацию 	тема 5,7	Письменная работа по экономической терминологии,

	<p>на иностранном языке;</p> <ul style="list-style-type: none"> – понимать содержание прочитанного материала и передавать полученную информацию на русском и иностранном языках. 	– тема 1-9	презентации
	<p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основными навыками перевода научных текстов с иностранного и на иностранный языки; 	тема 1-9	Письменная работа по экономической терминологии, презентации
<p>ОПК-4: способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методы оформления экономических письменных текстов 	тема 3,4,5,8	Письменная работа по экономической терминологии, презентации
	<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – читать и понимать оригинальные тексты по направлению «Экономика», а также тексты общественно-политического и страноведческого характера с варьируемой целью: поиск информации, изучение вопроса, передача основного содержания 	тема 1-9	Письменная работа по экономической терминологии, презентации
	<p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – изученным языковым материалом, экономическими знаниями и навыками языковой 	тема 1-9	итоговая контрольная работа

	контекстуальной догадки;		
Промежуточная аттестация			КИМ

* В графе «ФОС» в обязательном порядке перечисляются оценочные средства текущей и промежуточной аттестаций.

19.2 Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при промежуточной аттестации

- 1) знание учебного материала и владение понятийным аппаратом профессиональной экономической терминологией;
- 2) умение связывать теорию с практикой;
- 3) умение иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований;
- 4) умения использовать времена в письменных и устных текстах;
- 5) умения применять профессиональную лексику.

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
Ответ на контрольно-измерительный материал не соответствует одному из перечисленных показателей, но обучающийся дает правильные ответы на дополнительные вопросы. Недостаточно продемонстрированы знания в умении применить экономическую терминологию в английских текстах, содержатся отдельные проблемы в определении использования времен в устной речи	Базовый уровень	Зачтено
Ответ на контрольно-измерительный материал не соответствует любым трем из перечисленных показателей. Обучающийся демонстрирует отрывочные фрагментарные знания, допускает грубые ошибки в применении профессиональной лексики не отвечает на дополнительные вопросы	—	Не зачтено

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

19.3.1 Перечень вопросов к зачету:

1. What can you say about management in general?
2. Why does a large organization employ many managers?
3. What can you say about management as process?
4. Why is management an ongoing activity?
5. What are the four major functions of management?
6. What does planning as the management function involve?

7. Which are the parts of the organizing function?
8. Which function of management includes influencing others to engage in the work behaviours necessary to reach organizational goals?
9. What is controlling aimed at?
10. What forms the basis for the managerial process?
11. Why do you think organizations are an important part of our daily lives?
12. What does the definition of strategic management recognize? What does the strategic management process begin with? What does the strategic management process include?
13. Why is strategy implementation increasingly highlighted as a distinct part of the strategic management process?
14. Why is strategic management important to organizations?
15. What is the typical structure of a company?
16. What are the main departments of a company?
17. What the typical pieces of equipment one might find in an office?
18. How can the Internet help you in your studies?
19. What is meant by 'marketing'?
20. How can advertising help a company increase its profits?
21. What are the main advertising techniques?
22. How do different countries run meetings?
23. What is meant by the 'agenda'?
24. How do meetings differ in different countries?
25. What is necessary to create a positive working climate in the working team?
26. Would your choice be different when travelling on business, do you think?
27. Which three topics do you think are the best to start a conversation with a business person you have just met?
28. Which topics is it better not to talk about?
29. How important is it for business people to have good cultural awareness?
30. Why do companies arrange teambuilding events?

19.3.2 Письменная работа по экономической терминологии

Написать перевод с русского на английский и с английского на русский языках. Определить дефиницию слова.

1. Acceptance –
2. Счет, основная единица хранения данных в бухгалтерском учёте-
3. Account balance –
4. Поглощение, захват -
5. Acquisition cost –
6. Фактические затраты (себестоимость)-
7. Additions –
8. Скорректированная валовая прибыль -
9. Advances from (by) customers –
10. Авансы поставщикам -
11. Amortization –
12. Активы -
13. Average cost method –
14. Bad debts –
15. Баланс (бухгалтерский баланс) -
16. Bill –

19.3.3 Образец текста для контрольных работ ADVERTISING SPACE

The average person not only sees over 500 advertisements every day, but is also a walking billboard for his or her favourite brands simply by wearing their clothes, carrying their handbags or driving their cars. But these people are not getting paid for this free advertising. The idea of selling body space to advertise products is a growing trend which benefits both the wearer and the company. Potential body advertisers just choose which body part they want to lease and which company they want to advertise. They then get a temporary tattoo which they agree to wear for a certain amount of time. Foreheads and bald heads are very effective because you can always see them, even in bad weather. The body advertising idea became popular when Andrew Fischer auctioned his forehead on eBay and received a bid of \$37,378 for wearing a company logo. There are now many websites on the Internet where you can buy and sell body space. Athletes and sports people have always earned a lot of money by wearing branded sports clothes. Now they can earn even more with body advertising. Boxers in particular offer a good wide space for advertising on their backs. The advantage of tattoo advertising is that the company name or logo is in full view all through the match and not limited to a 30 second commercial which viewers may switch off anyway. A disadvantage is that when athletes really begin to sweat, the tattoo starts to run. In a world where people are experiencing advertising fatigue, the real challenge for marketing is to get people's attention. There are basically too many people selling too many things, and many of these things we don't really need. We see advertisements everywhere and so traditional forms of advertising are losing their effectiveness. Innovative marketing methods such as human billboards are becoming increasingly attractive because of low cost and the ability to target your audience better. Companies now send tattoo-covered human billboards to sporting events, music festivals, beaches or popular tourist resorts to advertise their products. Of course, some consumers may not find this type of advertising very tasteful or they might not find the body parts on show very attractive. It is also not possible in all parts of the world where there is no tradition of tattoos or showing so much skin in public is taboo. Well-known big brands such as Toyota, Vodaphone and Dunkin' Donuts have used this method: college kids agreed to stick Dunkin' Donuts logos on their foreheads during an NCAA basketball tournament; Toyota used body art to start a word of mouth campaign for the Scion car. Body advertising shows that it is not necessary to spend large amounts of money to fulfil advertising's prime goal, which is to attract attention and get people interested enough to buy the products.

Questions

1. Why can we be called 'walking billboards'?
2. What are the consequences of the so-called 'advertising fatigue'?
3. What are the advantages of 'body advertising'?

19.3.4 Темы презентаций

Перечень стран	Задание
Австралия Германия Испания Франция Китай США	Выбрать страну, расписать ее по экономическим, политическим, культурным критериям. Определить измерения по Гирту Хофштеде.

Россия Марокко Бразилия Аргентина Мексика Филиппины Япония	
--	--

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

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующая этапы формирования компетенций в рамках изучения дисциплины осуществляется в ходе текущей и промежуточной аттестаций.

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущая аттестация проводится в формах: *оценки результатов презентаций; письменной работы, контрольной работы.*

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Контрольно-измерительные материалы промежуточной аттестации включают в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний и практические задания, позволяющие оценить степень сформированности умений и навыков.

Критерии оценивания приведены выше.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Направление/специальность 38.03.01 «Экономика»

Дисциплина Б1. В.ДВ.13.02 Профессиональная экономическая терминология на английском языке

Профиль подготовки «Мировая экономика»

Форма обучения очная

Учебный год 2019 - 2020

Ответственный исполнитель

Зав. кафедры *МЭ и ВЭД*



Е.В. Ендовицкая 21.06.2018 г.

Исполнители

Преподаватель кафедры *МЭ и ВЭД*
МЭ и ВЭД



О.А. Семенова 21.06.2018г.

СОГЛАСОВАНО

Куратор ООП ВО

по направлению/ специальности



Е.В. Ендовицкая 21.06.2018 г.

Зав. отделом обслуживания ЗНБ



М.А. Иванова 21.06.2018 г.

РЕКОМЕНДОВАНА НМС факультета международных отношений
протокол №6 от 21.06.2018 г.