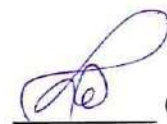


ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ИНКЛЮЗИВНОГО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»

---

КАФЕДРА РОМАНО-ГЕРМАНСКИХ ЯЗЫКОВ



«Утверждаю»  
Зав. кафедрой  
С.Х. Казиахмедова  
«27» августа 2020

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**Б1.В.05 Иностранный язык в профессиональной сфере**  
наименование дисциплины

**38.03.02 Менеджмент**  
шифр и наименование направления подготовки

**Международный менеджмент**  
наименование профиля подготовки

Москва 2020

Составитель / составители: доцент кафедры Алексеева О.П.

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен на заседании кафедры  
романо-германских языков

протокол № 1 от « 27» августа 2020 г.

## Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств
2. Перечень оценочных средств
3. Описание показателей и критериев оценивания результатов обучения на различных этапах формирования компетенций
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения, характеризующих этапы формирования компетенций
5. Материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

## Паспорт фонда оценочных средств

по дисциплине «Профессиональный иностранный язык»

Таблица 1.

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины <sup>1</sup>	Коды компетенций	Оценочные средства - наименование	
			текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Companies. Типы компаний.	ОК-4	Входное тестирование Разыгрывание диалогов в парах/тройках; проверка понимания текста (чтение/ аудирование).	Вопросы к зачету
2.	Planning. Планирование.	ОК-4	Фронтальный опрос, лексико-грамматические упражнения; разыгрывание диалогов в парах/тройках; проверка понимания текста (чтение/ аудирование). Защита проекта по теме.	Вопросы к зачету
3	Staff management. Управление персоналом.	ОК-4	Фронтальный опрос, лексико-грамматические упражнения	Вопросы к зачету
4	Conflicts. Конфликты	ОК-4	Презентация. Лексико-грамматические упражнения. Разыгрывание диалогов в парах	Вопросы к экзамену
5	Starting your business. Создание предприятия	ОК-4	Презентация. Лексико-грамматические упражнения. Разыгрывание диалогов в парах	Вопросы к экзамену
6	Market Research. Изучение рынка	ОК-4	Презентация. Лексико-грамматические упражнения. Разыгрывание диалогов в парах	Вопросы к экзамену

Таблица 2.

Перечень компетенций:

Код компетенции	Содержание компетенции
ОК-4	способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ОПК-4	способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации
ПК-2	владеть различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде

<sup>1</sup> Наименование раздела (темы) берется из рабочей программы дисциплины.

## 1. Перечень оценочных средств<sup>2</sup>

Таблица 3.

№	Наименование оценочного средства	Характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1.	Опрос	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2.	Диалогическая речь	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное в виде организации речевой коммуникации в формате студент<->студент/студент<->преподаватель.	Задания по ситуации согласно темам разделам дисциплины
3.	Лексико-грамматические задания	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное в виде письменного и устного ответа.	Перечень лексико-грамматических заданий по разделам
4.	Задания для проверки навыков аудирования	Средство контроля овладением восприятием и смысловой переработкой информации на слух.	Перечень заданий
5.	Монологическая речь/устное высказывание, публичная речь	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное в виде устного высказывания с определенной коммуникативной задачей	Перечень тем по разделам
6.	Тест	Средство, позволяющее оценить уровень знаний обучающегося путем выбора им одного из нескольких вариантов ответов на поставленный вопрос. Возможно использование тестовых вопросов, предусматривающих ввод обучающимся короткого и однозначного ответа на поставленный вопрос.	Тестовые задания

<sup>2</sup> Указываются оценочные средства, применяемые в ходе реализации рабочей программы данной дисциплины.

**Описание показателей и критериев оценивания результатов обучения на различных этапах формирования компетенций**

Таблица 4.

Код компетенции	Уровень освоения компетенции	Показатели достижения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения
		Знает	
ОК-4	Недостаточный уровень Оценка «не зачтено», «неудовлетворительно»	ОК-4. 3-1. Основные фонетические, лексические, грамматические, словообразовательные явления и закономерности функционирования изучаемого иностранного языка	Студент не знает, либо не имеет четкого представления о словообразовательных явлениях и закономерностях функционирования изучаемого иностранного языка. Допускает грубые фонетические, лексические и грамматические ошибки.
	Базовый уровень Оценка, «зачтено», «удовлетворительно»	ОК-4. 3-1. Основные фонетические, лексические, грамматические, словообразовательные явления и закономерности функционирования изучаемого иностранного языка	Студент знает об основных словообразовательных явлениях и закономерностях функционирования изучаемого иностранного языка, однако не ориентируется в их специфике и разнообразии. Допускает значительные фонетические, лексические и грамматические ошибки.
	Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»	ОК-4. 3-1. Основные фонетические, лексические, грамматические, словообразовательные явления и закономерности функционирования изучаемого иностранного языка	Студент ориентируется в специфике и разнообразии основных словообразовательных явлений и закономерностях функционирования изучаемого иностранного языка. Допускает незначительные фонетические, лексические и грамматические ошибки.

Код компетенции	Уровень освоения компетенции	Показатели достижения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения
Знает			
ОПК-4	Недостаточный уровень Оценка «не зачтено», «неудовлетворительно»	ОПК-4. 3-1. Базовую лексику общего языка, лексику, представляющую нейтральный научный стиль, а также основную профессиональную терминологию	Студент не знает базовую лексику общего языка, лексику, представляющую нейтральный научный стиль, а также основную профессиональную терминологию.
	Базовый уровень Оценка, «зачтено», «удовлетворительно»	ОПК-4. 3-1. Базовую лексику общего языка, лексику, представляющую нейтральный научный стиль, а также основную профессиональную терминологию	Студент знает на уровне узнавания и применения в стандартных (учебных) ситуациях стилистически нейтральную наиболее употребительную лексику общего языка, лексику, представляющую нейтральный научный стиль, а также профессиональную лексику и фразеологию в объеме 1000-1500 единиц.
	Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»	ОПК-4. 3-1. Базовую лексику общего языка, лексику, представляющую нейтральный научный стиль, а также основную профессиональную терминологию	Студент знает на уровне узнавания и применения в стандартных (учебных) ситуациях стилистически нейтральную наиболее употребительную лексику общего языка, лексику, представляющую нейтральный научный стиль, а также профессиональную лексику и фразеологию в объеме 1600-2000 учебных единиц (из них 1000 продуктивно)
	Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»	ОПК-4. 3-1. Базовую лексику общего языка, лексику, представляющую нейтральный научный стиль, а также основную профессиональную терминологию	Студент знает на уровне узнавания и применения в стандартных (учебных) ситуациях стилистически нейтральную наиболее употребительную лексику общего языка, лексику, представляющую нейтральный научный стиль, а также профессиональную лексику и фразеологию в объеме, превышающем 2000 учебных единиц (из них более 1500 продуктивно).
	Недостаточный уровень Оценка «не	ОПК-4. 3-2. Грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода иностранных текстов общей и	Студент не знает, либо не имеет четкого представления о грамматическом строе изучаемого иностранного языка. Допускает грубые

	зачтено», «неудовлетворительно»	профессиональной направленности	грамматические ошибки.
	Базовый уровень Оценка, «зачтено», «удовлетворительно»	ОПК-4. 3-2. Грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода иностранных текстов общей и профессиональной направленности	Студент знает об основных грамматических явлениях изучаемого иностранного языка, однако не ориентируется в их специфике и разнообразии. Допускает значительные грамматические ошибки.
	Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»	ОПК-4. 3-2. Грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода иностранных текстов общей и профессиональной направленности	Студент ориентируется в специфике и разнообразии грамматических явлений изучаемого иностранного языка. Допускает незначительные грамматические ошибки, не влияющие на понимание и перевод текстов общей и профессиональной направленности.
	Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»	ОПК-4. 3-2. Грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода иностранных текстов общей и профессиональной направленности	Студент без труда ориентируется в специфике и разнообразии грамматических явлений изучаемого иностранного языка. Не допускает грамматических ошибок.
	Недостаточный уровень Оценка «не зачтено», «неудовлетворительно»	ОПК-4. 3-3. Основные особенности разговорно-бытовой и публичной речи	Студент не знает, либо не имеет четкого представления о функциональных, языковых и структурных особенностях разговорно-бытовой и публичной речи.
	Базовый уровень Оценка, «зачтено», «удовлетворительно»	ОПК-4. 3-3. Основные особенности разговорно-бытовой и публичной речи	Студент знает об основных функциональных особенностях разговорно-бытовой и публичной речи, однако с трудом ориентируется в их языковых и структурных характеристиках.
	Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»	ОПК-4. 3-3. Основные особенности разговорно-бытовой и публичной речи	Студент знает специфику и имеет представление об основных функциональных и структурных особенностях разговорно-бытовой и публичной речи, однако не всегда ориентируется в их языковых характеристиках.
	Высокий уровень Оценка «зачтено»,	ОПК-4. 3-3. Основные особенности разговорно-бытовой и публичной речи	Студент знает и ориентируется в специфике и разнообразии функциональных, языковых и



ПК-2	«отлично»		структурных особенностях разговорно-бытовой и публичной речи.
	Недостаточный уровень Оценка «не зачтено», «неудовлетворительно»	ПК-2.3-1. Этические и нравственные нормы поведения, принятых в инокультурном социуме, модели социальных ситуаций, типичных сценариях взаимодействия	Студент не знает, либо не имеет четкого представления об этических и нравственных нормах поведения, принятых в инокультурном социуме, модели социальных ситуаций, типичные сценарии взаимодействия
	Базовый уровень Оценка, «зачтено», «удовлетворительно»	ПК-2. 3-1. Этические и нравственные нормы поведения, принятых в инокультурном социуме, модели социальных ситуаций, типичных сценариях взаимодействия	Студент знает об этических и нравственных нормах поведения, принятых в инокультурном социуме, имеет представление о моделях социальных ситуаций, знает типичные сценарии взаимодействия в минимальном объеме, необходимом для вступления в межкультурную коммуникацию, плохо ориентируется в их специфике и разнообразии.
	Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»	ПК-2. 3-1. Этические и нравственные нормы поведения, принятых в инокультурном социуме, модели социальных ситуаций, типичных сценариях взаимодействия	Студент знает об основных этических и нравственных нормах поведения, принятых в инокультурном социуме, имеет представление о моделях социальных ситуаций, знает типичные сценарии взаимодействия, однако испытывает некоторые затруднения при вступлении в межкультурную коммуникацию.
	Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»	ПК-2. 3-1. Этические и нравственные нормы поведения, принятых в инокультурном социуме, модели социальных ситуаций, типичных сценариях взаимодействия	Студент без труда ориентируется в специфике и разнообразии этических и нравственных нормах поведения, принятых в инокультурном социуме, знает модели социальных ситуаций, типичные сценарии взаимодействия и не испытывает затруднений при вступлении в межкультурную коммуникацию
	Умеет		
	Недостаточный уровень Оценка «не	ОК-4. У-1. Понимать при аудировании на слух англоязычную речь в ее нормативном варианте, в нормальном и убыстренном	Студент не понимает при аудировании на слух англоязычную речь монологического и диалогического характера в наиболее типичных

ОК-4	зачтено», «неудовлетворительно»	темпе	ситуациях повседневного и элементарного профессионального общения
	Базовый уровень Оценка, «зачтено», «удовлетворительно»	ОК-4. У-1. Понимать при аудировании на слух англоязычную речь в ее нормативном варианте, в нормальном и убыстренном темпе	Студент выборочно понимает на слух англоязычную речь монологического и диалогического характера в наиболее типичных ситуациях повседневного и элементарного профессионального общения (беседа, телефонный разговор, радиопостановка, фонограмма к фильму, конференция и т.п.)
	Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»	ОК-4. У-1. Понимать при аудировании на слух англоязычную речь в ее нормативном варианте, в нормальном и убыстренном темпе	Студент понимает при аудировании на слух англоязычную речь монологического и диалогического характера в типичных ситуациях повседневного и профессионального общения (беседа, телефонный разговор, радиопостановка, фонограмма к фильму, конференция и т.п.) в нормальном темпе, но демонстрирует выборочное понимание в убыстренном темпе.
	Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»	ОК-4. У-1. Понимать при аудировании на слух англоязычную речь в ее нормативном варианте, в нормальном и убыстренном темпе	Студент понимает при аудировании на слух англоязычную речь монологического и диалогического характера в ситуациях повседневного и профессионального общения (беседа, телефонный разговор, радиопостановка, фонограмма к фильму, конференция и т.п.) в нормальном и убыстренном темпе.
	Недостаточный уровень Оценка «не зачтено», «неудовлетворительно»	У-1. Понимать при чтении без помощи словаря основное содержание аутентичных текстов различных жанров и стилей	Не умеет правильно читать и понимать без словаря основное содержание аутентичных текстов различных жанров и стилей, не умеет передать содержание прочитанного.
ОПК-4 ПК-2	Базовый уровень Оценка, «зачтено», «удовлетворительно»	У-1. Понимать при чтении без помощи словаря основное содержание аутентичных текстов различных жанров и стилей	Умеет читать и частично понимает без словаря основное содержание аутентичных текстов различных жанров, а также частично умеет передать

ОК-4	о»		содержание прочитанного, допуская значительные ошибки.
	Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»	У-1. Понимать при чтении без помощи словаря основное содержание аутентичных текстов различных жанров и стилей	Умеет читать и понимает без словаря основное содержание аутентичных текстов различных жанров, а также умеет передать содержание прочитанного, допуская незначительные ошибки.
	Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»	У-1. Понимать при чтении без помощи словаря основное содержание аутентичных текстов различных жанров и стилей	Умеет правильно читать и понимать без словаря основное содержание аутентичных текстов различных жанров и стилей, умеет передать содержание прочитанного, не допуская значительных ошибок.
	Владеет		
	Недостаточный уровень Оценка «не зачтено», «неудовлетворительно»	ОК-4. В-1. Навыком выражать свои мысли в устной и письменной речи и осуществлять межкультурный диалог в общей и профессиональной сферах общения	Обучающийся не владеет навыком осуществлять коммуникацию в устной и письменной формах на иностранном языке, не способен решать задачи межличностного и межкультурного взаимодействия.
	Базовый уровень Оценка, «зачтено», «удовлетворительно»	ОК-4. В-1. Навыком выражать свои мысли в устной и письменной речи и осуществлять межкультурный диалог в общей и профессиональной сферах общения	Обучающийся частично владеет навыком осуществлять коммуникацию в устной и письменной формах на иностранном языке. Частично способен решать задачи межличностного и межкультурного взаимодействия.
	Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»	ОК-4. В-1. Навыком выражать свои мысли в устной и письменной речи и осуществлять межкультурный диалог в общей и профессиональной сферах общения	Обучающийся владеет навыком в большинстве случаев осуществлять коммуникацию в устной и письменной формах на иностранном языке. Способен решать задачи межличностного и межкультурного взаимодействия с некоторыми затруднениями.
	Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»	ОК-4. В-1. Навыком выражать свои мысли в устной и письменной речи и осуществлять межкультурный диалог в общей и профессиональной сферах общения	Обучающийся на высоком уровне владеет навыком к коммуникации в устной и письменной формах, на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

ОПК-4 ПК-2	Недостаточный уровень Оценка «не зачтено», «неудовлетворительно»	В-1. Навыком перевода иностранных текстов общей и профессиональной направленности, работы с лексикографическими источниками, пополнения словарного запаса;	Обучающийся не владеет навыком перевода иностранных текстов общей и профессиональной направленности, не способен работать с лексикографическими источниками и пополнять словарный запас
	Базовый уровень Оценка, «зачтено», «удовлетворительно»	В-1. Навыком перевода иностранных текстов общей и профессиональной направленности, работы с лексикографическими источниками, пополнения словарного запаса;	Обучающийся частично владеет навыком перевода иностранных текстов общей направленности, работы с лексикографическими источниками, пополнения словарного запаса;
	Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»	В-1. Навыком перевода иностранных текстов общей и профессиональной направленности, работы с лексикографическими источниками, пополнения словарного запаса;	Обучающийся владеет навыком перевода иностранных текстов общей и профессиональной направленности, однако совершает ряд ошибок, способен работать с лексикографическими источниками и пополнять словарный запас;
	Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»	В-1. Навыком перевода иностранных текстов общей и профессиональной направленности, работы с лексикографическими источниками, пополнения словарного запаса;	Обучающийся хорошо владеет навыком перевода иностранных текстов общей и профессиональной направленности, не совершает ошибок при переводе, способен работать с лексикографическими источниками и пополнять словарный запас

## **4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения**

### **Входное тестирование**

это совокупность стандартизированных методов и средств, осуществляющих мониторинг преемственности знаний между ступенями образования. Такой тип тестирования разрешает два вопроса: выявление степени владения базовыми знаниями, умениями, навыками, необходимыми для начала обучения, и определение степени владения новым материалом до начала его изучения. Кроме того, позволяет оценить уровень и структуру остаточных знаний на момент начала новой ступени обучения и скорректировать учебный процесс.

### **Разработка и применение тестов в процессе обучения**

Педагогическое тестирование — это форма измерения знаний учащихся, основанная на применении педагогических тестов. Включает в себя подготовку качественных тестов, собственно проведение тестирования и последующую обработку результатов, которая даёт оценку уровня знаний тестируемых.

Традиционный тест содержит список вопросов и различные варианты ответов. Каждый вопрос оценивается в определенное количество баллов. Результат традиционного теста зависит от количества вопросов, на которые был дан правильный ответ.

Тестирование в педагогике выполняет три основные взаимосвязанные функции: диагностическую, обучающую и воспитательную:

Диагностическая функция заключается в выявлении уровня знаний, умений, навыков учащегося. Это основная и самая очевидная функция тестирования. По объективности, широте и скорости диагностирования, тестирование превосходит все остальные формы педагогического контроля.

Обучающая функция тестирования состоит в мотивировании учащегося к активизации работы по усвоению учебного материала. Для усиления обучающей функции тестирования могут быть использованы дополнительные меры стимулирования студентов, такие как: раздача преподавателем примерного перечня вопросов для самостоятельной подготовки, наличие в самом тесте наводящих вопросов и подсказок, совместный разбор результатов теста.

Воспитательная функция проявляется в периодичности и неизбежности тестового контроля. Это дисциплинирует, организует и направляет деятельность учащихся, помогает выявить и устранить пробелы в знаниях, формирует стремление развить свои способности.

Педагогическое тестирование включает в себя несколько основных этапов: подготовка теста проведение теста и обработка результатов теста.

По форме заданий педагогические тесты бывают:

тесты закрытого типа

тесты открытого типа

задания по установлению соответствий

задания по упорядочиванию последовательности

Выбирая на тот или иной ответ на вопрос теста, студент должен, прежде всего внимательно прочитать условия вопроса теста, вдумываясь в его смысл. Затем следует выбрать, по мнению студента, правильный ответ. Если по мнению студента несколько ответов являются

правильными, то он должен выбрать тот, который максимально охватывает ответ на поставленный вопрос.

Тест состоит из вопросов и предлагаемых кратких формулировок возможных ответов на вопросы, что не позволяет охарактеризовать всю полноту того или иного явления. В ходе тестирования студент не имеет возможности давать свои комментарии к ответам. Однако основная суть выносимых на тестирование вопросов отражается в предлагаемых вариантах ответов.

В зависимости от формы контроля (текущий, промежуточный, выходной) преподаватель определяет точное количество вопросов теста и устанавливает время для решения теста.

## Лексико-грамматические упражнения

### Диалогическая речь

**Диалогическая речь** — это взаимное (чаще всего двустороннее) общение, при котором активность и пассивность переходят от одних участников коммуникации к другим, главное же — высказывания стимулируются предшествующими, выступая в качестве реакций на них. Оценивание диалогической речи зависит от этапа обучения, цели, выбранного способа обучения диалогу. В методике обучения иностранным языкам выделяют два способа (пути) обучения диалогической речи: «**сверху вниз**» и «**снизу вверх**» (Е.Н. Соловова). Обучение диалогу «**сверху вниз**» является наиболее оптимальным для обучения стандартным, типовым диалогам. Студенты учатся составлять и разыгрывать диалоги с опорой на следующие речевые образцы:

- сами тексты диалогов-моделей;
- содержание речевой установки преподавателя;
- описание ролей, получаемых отдельно каждым из участников диалога;
- картинки или видеосюжет, проигрываемый без звука.

Обучение диалогу «**снизу вверх**» предполагает, что у студента по какой-либо причине нет исходного диалога-образца. Возможны следующие варианты:

- 1) у студентов плохо развиты навыки чтения;
- 2) уровень речевого развития достаточно высок, поэтому единый образец уже не нужен;
- 3) предполагаемый диалог относится к разновидности свободного диалога, и образец будет только сковывать инициативу и творчество студентов.

В зависимости от цели и способа обучения диалогической речи преподаватель может выбирать параметры оценки. Помимо указанных в таблице 4 критериев оценки компетенции ОК-4 преподаватель может использовать следующие критерии:

Критерии оценивания<sup>3</sup> иноязычной социальной компетенции:

Критерий	Показатели	Оценка
<b>Умение установить эмоциональный контакт, вежливость</b>	Студент умеет понять эмоциональный настрой собеседника, выразить сочувствие собеседнику (порадоваться за него, похвалить, выразить сострадание, восхищение), вежлив во взаимодействии, умеет подбирать речевые средства в соответствии с условиями общения, принципом субординации (если это необходимо).	<b>5</b>
	Студент вежлив во взаимодействии, часто может понять эмоциональный настрой собеседника, однако не всегда выражает сочувствие.	<b>4</b>
	Студент знает и употребляет в речи основные формулы вежливости (приветствие, прощание, выражение	<b>3</b>

<sup>3</sup> Приводятся, если используются критерии оценивания результатов обучения, не описанные в табл.4/ отличающиеся от описанных в табл. 4

	благодарности), однако не умеет понять или принять эмоциональный настрой собеседника. Общение строит, исходя из собственного эмоционального состояния или руководствуясь общими принципами вежливости.	
	Студент почти не употребляет формул вежливости во взаимодействии (употребляет наиболее распространенные: приветствие/ прощание, часто по подсказке учителя или собеседников), не понимает эмоционального настроения собеседника или игнорирует его, не может установить эмоциональный контакт.	2
	Не может установить эмоциональный контакт, не вежлив в процессе взаимодействия с собеседником.	1

Критерий	Показатели	Оценка
<b>Умение осуществлять обмен информацией</b>	Студент умеет получать необходимую информацию, используя запрос (мнения, данных, сведений), получать разъяснения, объяснения, используя уточняющие вопросы, переспросы; умеет сообщить необходимую информацию (объяснение, описание, повествование), при необходимости умеет дать информацию на доступном для собеседника уровне.	5
	Студент умеет запрашивать необходимую информацию; в ответ на запрос умеет сообщить необходимую информацию (объяснение, описание, повествование), однако не всегда задает уточняющие вопросы, затрудняется, если необходимо дать информацию на доступном для собеседника уровне.	4
	Студент информацию, учащийся использует однотипные вопросы, что не всегда продиктовано коммуникативной необходимостью; в ответ на вопрос нередко дает односложные ответы, часто использует нераспространенные предложения, ответы «да»/ «нет». Может сообщить достаточную для эффективной коммуникации информацию в ответ на уточняющие вопросы собеседника.	3
	Испытывает затруднения с построением вопросов, а также с сообщением информации (дает чересчур скудные/ неверные сведения, испытывает затруднения в подборе слов, грамматических конструкций).	2
	Не умеет запрашивать информацию, не умеет дать необходимую информацию. Пытается решить коммуникативные задачи на родном языке или используя невербальные средства.	1

Критерий	Показатели	Оценка
<b>Умение воздействовать на собеседника</b>	Умеет использовать в зависимости от ситуации наиболее подходящие речевые средства (в зависимости от условий взаимодействия, руководствуясь принципом субординации): дать инструкцию, посоветовать, предупредить, запретить или разрешить, предложить что-либо сделать, приказать; умеет объяснить причину своего воздействия (цель, мотив).	5

	В основном использует подходящие в конкретной ситуации речевые средства: дает инструкцию, советует, предупреждает, запрещает или разрешает, предлагает что-либо сделать, приказывает; однако не всегда умеет объяснить причину своего воздействия (цель, мотив).	<b>4</b>
	Использует узкий набор речевых средств для достижения цели: приказывает, запрещает, разрешает и др. Однако выбор средств осуществляет в большей степени в соответствии с собственной языковой подготовкой, нежели с ситуацией общения.	<b>3</b>
	Учащийся использует в основном повелительное наклонение, не всегда корректно.	<b>2</b>
	Не умеет воздействовать на собеседника.	<b>1</b>

<b>Критерий</b>	<b>Показатели</b>	<b>Оценка</b>
<b>Умение выразить собственное мнение, оценку</b>	Студент свободно выражает собственное отношение к фактам/ событиям (положительное, отрицательное, нейтральное), умеет достаточно точно выразить свое мнение (удовлетворение, одобрение, возражение, восхищение, удивление, мнение о возможности/невозможности осуществления планов, надежду, неуверенность/ уверенность, разочарование и т.д.). Умеет объяснить свою позицию.	<b>5</b>
	Студент в целом может выразить свое отношение, мнение (возможно, не всегда настолько точно, насколько того требует ситуация). Чаще всего умеет объяснить свою позицию, но не всегда делает это.	<b>4</b>
	Студент может выразить собственное отношение/ мнение в определенных пределах («нравится» - «не нравится», «хорошо» - «плохо»), однако делает это не всегда самостоятельно. Часто не умеет объяснить свою позицию.	<b>3</b>
	Студент с трудом, в основном при напоминании собеседника, дает оценку фактам. Оценка, как правило, сводится к одобрению или неодобрению.	<b>2</b>
	Учащийся не умеет выразить собственного мнения или дать оценку обсуждаемым событиям, фактам.	<b>1</b>

<b>Критерий</b>	<b>Показатели</b>	<b>Оценка</b>
<b>Аргументирование, доказательность</b>	Студент умеет четко, последовательно доказывать свою точку зрения в соответствии с законами логики, предвосхищая реакцию собеседника, используя дискурсивные маркеры для удобства восприятия.	<b>5</b>
	Студент в целом последовательно доказывает свою точку зрения в соответствии с законами логики, часто (но не всегда) используя дискурсивные маркеры для удобства восприятия, однако не всегда может адекватно отреагировать на контраргументы собеседника.	<b>4</b>
	Студент пытается доказать тот или иной тезис аргументами, иногда используя дискурсивные маркеры, однако делает логические ошибки или ошибки в употреблении маркеров.	<b>3</b>
	Студент пытается привести аргументы в пользу	<b>2</b>



	собственной точки зрения, однако в большинстве случаев делает логические ошибки.	
	Студент не может привести сколько – либо убедительного аргумента в поддержку собственной точки зрения.	<b>1</b>

<b>Критерий</b>	<b>Показатели</b>	<b>Оценка</b>
<b>Достижение целей взаимодействия</b>	Студент может самостоятельно поставить/ откорректировать цель взаимодействия в соответствии с точкой зрения собеседника и ситуацией общения, в случае необходимости пойти на компромисс. Цель взаимодействия достигнута. По завершении взаимодействия подводится итог/ делаются выводы.	<b>5</b>
	Студент может самостоятельно поставить цель иноязычного взаимодействия, составить план действий, однако в достижении взаимопонимания или согласования действий может испытывать некоторые трудности психологического характера (например, с трудом преодолевает смущение в случае несогласия с его точкой зрения). Цель взаимодействия достигнута.	<b>4</b>
	Студент может самостоятельно поставить цель иноязычного взаимодействия, однако для составления плана действий может прибегать к посторонней помощи. Не всегда может согласиться/ принять точку зрения собеседника, пойти на компромисс, вследствие чего могут иметь место неудачи в коммуникации.	<b>3</b>
	Студент может самостоятельно или с посторонней помощью поставить цель взаимодействия, однако не умеет корректировать цель и собственные шаги по достижению поставленной цели в соответствии с мнением собеседника и ситуацией, зачастую не идет на компромисс. Цель взаимодействия не достигнута.	<b>2</b>
	Студент не может самостоятельно поставить/ осознать цели иноязычного взаимодействия.	<b>1</b>

### **Методические рекомендации по подготовке к опросу**

Подготовка к опросу проводится в ходе самостоятельной работы студентов и включает в себя повторение пройденного материала по вопросам предстоящего опроса. Помимо основного материала студент должен изучить дополнительную рекомендованную литературу и информацию по теме, в том числе с использованием Интернет-ресурсов. В среднем, подготовка к устному опросу по одному семинарскому занятию занимает от 2 до 3 часов в зависимости от сложности темы и особенностей организации студентом своей самостоятельной работы. Опрос предполагает устный ответ студента на один основной и несколько дополнительных вопросов преподавателя. Ответ студента должен представлять собой развёрнутое, связанное, логически выстроенное сообщение. При выставлении оценки преподаватель учитывает правильность ответа по содержанию, его последовательность, самостоятельность суждений и выводов, умение связывать теоретические положения с практикой, в том числе и с будущей профессиональной деятельностью.

## 5. Материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

### 5.1. Вопросы для опроса

Раздел 1 Companies. Типы компаний.

1. Is the public sector in your country very big?
2. Do people who work in it have good working conditions compared to those in the private sector?
3. In your country which of these industries are in the private sector? Which have been privatized? (bus transport, rail transport, electricity supply, telephone services, postal services, water supply).
4. Is self-employment popular in your country? Does the government encourage it?
5. Name some mutual companies. What sort of reputation do they have?
6. Are charities important? Which are the most active in your country?
7. Who are the most famous businessmen in your country? What companies do they head?
8. Can you draw and comment on the organigram of your company/ the company you would like to work for?

Раздел 2. Planning. Планирование

1. What factors should you take into account in business planning?
2. Do projects usually finish on schedule in your company/ country?
3. How well do you organize your time?
4. What are your secrets of good planning?

Раздел 3. Staff management. Управление персоналом.

1. What incentives can be used to encourage employees to perform better?
2. Do perks influence the employees' performance? In what way? Are performance-related bonuses important?
3. Think about your future job. What KPI's to assess you performance can you name?
4. Do you think the government should bail out loss-making companies to avoid making people unemployed?
5. What are the characteristics of a true leader? Do you think you have the qualities of a good manager/ leader? Would you be authoritarian or approachable?
6. How are names used in business in your country?
7. How do people dress at work? Do any companies have dress-down days in your country? What are the advantages and disadvantages of how people dress?

Раздел 5. Starting your business. Создание предприятия.

1. Would you like to start a business? What sort?
2. Where would you get the capital? Where do people in your country normally get capital? What are the advantages and disadvantages of different methods?
3. Could you create your business plan?

Раздел 6. Market Research. Изучение рынка

1. How many competitors are there in this market?
2. Is competition in the market strong?
3. Who is the market leader?
4. Who are the two key market players?
5. Who mainly makes up the competition, from the market leader's point of view?
6. If one competitor increases its market share can the other keep their market share at the same level?

Marketing. Маркетинг.

1. Can a poor product be made successful by clever marketing techniques? Can you think of any examples?
2. Have you seen any examples of product placement?
3. Do you know any products with strong brand images?
4. What are the advantages and disadvantages of brand name products, own brands and generics? Which do you prefer to buy?
5. What is the range of products or services offered by your company or one you admire? How are they priced?
6. Are there price wars and government price controls in your country?
7. Which types of shops do you use to buy different things? Why?
8. Do you like getting direct mail? Have you ever bought anything this way?
9. Do you receive cold calls? How do you react?
10. What advertisements and promotional activities does your company or school use?
11. What advertisement campaigns are popular in your country?

Контролируемые компетенции: ОК-4, ОПК-4, ПК-2

Критерии оценивания:

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он при ответе на вопросы использует правильное грамматически, лексически, фонетически оформленное высказывание, употребляет лексику, изученную на занятиях;
- оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он при ответе на вопросы использует правильное грамматически, лексически, фонетически оформленное высказывание с некоторыми ошибками (не более трех), употребляет лексику, изученную на занятиях;
- оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он при ответе на вопросы использует не правильное грамматически, лексически, фонетически оформленное высказывание с ошибками (более трех), употребляет 50% лексики, изученной на занятиях;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся за не верное грамматически, фонетически, лексически оформлено высказывание с ошибками, использование менее 50% лексики, изученной на занятии.

## 5.2 Темы и задания для диалогической и монологической речи

*Диалогическая речь*

*Раздел 7. Marketing. Маркетинг.*

1. Think of three brands you really like and discuss what 'appealing and persuasive' ideas they communicate to you.
2. Role-play this situation.

Jeanne de Brion is a jewellery company in Boston, USA. A year ago, it launched a line of jewellery with the brand name 'Cecile'. This is the name of the French designer who created the collection. Unfortunately, the Cecile line has not achieved its sales targets. Three directors of the company meet to discuss how to improve sales.

**Work in groups of three, Read your role cards, study the Useful language box and then role-play the discussion.**

**Student A:**

In your opinion, the Cecile products have sales potential, but the marketing strategy is wrong. You want:

- a new brand name\_ 'Cecile' does not suit this beautiful jewellery for sophisticated women.
- a new logo. The present logo (three wavy lines) is boring.
- a much wider range of products and designs - at present there are only five in the collection.
- a better slogan. 'Only for you' has not been successful.
- more colours.

**Student B:**

In your opinion, the product is the problem. The jewellery is fairly fashionable, but not a lot different from competing products. You want to:

- take the Cecile range out of the market and stop selling it.
- develop new jewellery which fills a gap in the market and which has an obvious USP (unique selling point).
- invest more money in research for new jewellery products.
- carefully study rival products to find out why they are so successful.
- market more unusual designs from young Asian and Indian designers.

**Student C:**

In your opinion, the Cecile line has a lot of sales potential. You think the products and brand name are excellent. However, you believe the products are not promoted in the right way and not sold in places which reflect the high status of the jewellery. You want:

- to pay a famous film star to endorse the jewellery and wear it as often as possible.
- to spend a lot of money on a creative television commercial to advertise the jewellery.
- to sell the jewellery only in a limited number of high class jewellery and department stores and at airports.
- to have a new slogan which reflects the upmarket status of the jewellery.
- a top designer to create a new range of jewellery which can be sold under the Cecile brand. You think the present range is too limited.

*Монологическая речь*

1. A Business Trip
2. New York
3. London
4. Negotiations
5. A telephone conversation
6. Hot chart
7. Shopping
8. Exchange
9. Inflation

Контролируемые компетенции: ОК-4

*Критерии оценки диалогической/монологической речи преподавателем:*

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если студент не справился с решением речевой задачи. Затруднялся ответить на побуждающие к говорению реплики. Коммуникация не состоялась.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он решил речевую задачу не полностью. Наблюдались паузы, мешающие речевому общению.

Оценка «хорошо» ставится студенту, который решил речевую задачу, но произносимые в ходе диалога/монолога реплики были сбивчивыми. В речи были паузы, связанные с поиском средств выражения нужного значения. Практически отсутствовали ошибки, нарушающие коммуникацию.

Оценка «отлично» ставится студенту, который сумел решить речевую задачу, правильно употребив при этом языковые средства. В ходе диалога/монолога умело использовал реплики, в речи отсутствовали ошибки, нарушающие коммуникацию.

**5.3 Темы для аудирования/чтения****Group Discussion:** *Hudson Corporation*

Brief. A luxury luggage manufacturer is facing increased competition from cheaper imports. It must decide how to protect its brand and create new markets for its products.

## Background

Hudson Corporation, based in New Jersey, USA, makes top-of-the-range luggage and Travel accessories. It is a well-known brand name in the USA. Its suitcases and bags are associated with high quality, traditional design and craftsmanship. Hudson emphasizes in its advertising that its products are 'made in America'. Recently, the company's market share in the USA has decreased. One reason for this has been the increased competition from Asian companies selling similar products at much lower prices. A year ago, the management decided to boost sales by entering the European market, focusing initially on Switzerland, Germany, France and Italy. They set up a branch office and warehouse facility in Zurich, which would be the base for their European expansion.

*What problems do you think Hudson will face on entering the European market? Make a list of your ideas.*

### **Marketing strategies for Europe - options.**

#### ***Reposition the brand***

Sell Hudson suitcases and bags at medium price ranges. Manufacture the products in a country where labour costs are low, e.g. India or China. Do not promote the products as 'Made in America'. Use a high-volume, low-cost strategy for Hudson's core products.

#### ***Develop the Hudson brand***

Promote the Hudson products as an exclusive brand and keep the 'Made in America' tag. Sell the products in the higher price ranges. Use product placement in films and television to support the brand. Hire a famous, sophisticated, influential man and woman to endorse the products. Two well-known French film stars have shown interest in endorsing a new range.

#### ***Hire a top designer***

Employ a top designer to produce a new range of smaller suitcases and shoulder bags aimed at businesspeople travelling in Europe and at rich, younger, fashion-conscious buyers. Sell the products under a new label.

#### ***Develop a wider product range***

Sell a wider range of products under the Hudson label, e.g. trolley-backpacks, document cases, briefcases, name-card holders, shoulder bags for men and women. Sell at lower, competitive prices.

#### ***Stretch the Hudson brand***

Put the Hudson brand on high-quality watches and jewellery. Make an agreement with the Swiss manufacturers of these top-of-the-range products.

#### ***Develop sales using e-commerce***

Sell the existing product lines via the Internet at very competitive prices.

**Work in small groups as directors of the Hudson Corporation. Hold an informal meeting. Consider the advantages and disadvantages of each option listed above. Choose two of the marketing strategies which Hudson should focus on to expand sales in European markets.**

### **Questions to be discussed:**

- 1 What are the advantages and disadvantages for companies of product endorsements?
- 2 How can companies create brand loyalty?
- 3 Can you give any examples of successful or unsuccessful brand stretching?
- 4 Think of a cheap or expensive idea for a product launch.
- 5 What other market segments can you identify (e.g. young singles).
- 6 What action can companies take if they start to lose market share?

Контролируемые компетенции: ОК-4

Оценка компетенций осуществляется в соответствии с Таблицей 4.

## **Чтение**

### **Skim the article quickly and say which of the following points are mentioned:**

- 1 The high profit margins on bags
- 2 Investing in markets that may take some time to grow

3 People are ready to pay a lot of money for very high-quality things because they are beautiful.

4 Building customer loyalty through ready-to-wear

### **Restless pursuer of luxury's future**

Sydney Toledano (Dior's Chief Executive) is one of the longest-serving chief executives in the luxury industry. As the industry goes global, he must balance the demands of shareholders and the values of a historic label: the need for exclusivity and the need for expansion.

He routinely communicates with his demanding boss, Bernard Arnault, main shareholder of Christian Dior, and a number of creative types, including Dior's clothes designer John Galiano and jewellery designer Victoire de Castellane. 'The best advice I ever got was that, when times are bad, you need to get out of the office; when things are good, you can spend time on the organization,' says Mr Toledano, who travels almost every week to one of Dior's 224 stores round the world. 'You have to look for newness, look for what is happening next. Forget the calculator. Understand the people from different countries and what they want.' It was by spending time in China in the 1980s, for example, when he worked at the French leather-goods house Lancel, that Mr Toledano first realized China would one day be prime territory for luxury.

'I met some factory owners, and they were working so hard, but then they would bring you to a restaurant and it was clear they wanted to enjoy life,' he says. 'And I thought: one day these people are going to have money and they are going to spend it.'

A few years later Bernard Arnault contacted him. 'The interview took 15 minutes. He knew exactly what he wanted,' says Mr Toledano: to take a small couture house he had bought out of bankruptcy and build it into the biggest luxury group in the world. Mr Arnault has used Dior to create LVMH (Louis Vuitton Moët Hennessy, the world's largest luxury group).

'Christian Dior can double in five years,' he says. 'There may be difficult times coming, but if you look at the Middle East, China, even Europe. I believe there is growth coming, and we have to develop our network and perfect our supply chain.' The next wave of luxury buyers is now in the new territories: the Middle East, Russia, Hong Kong and South Korea.

Mr Toledano believes not only that a brand should go to its customers but that it should anticipate their needs and invest early in markets that may not show real growth for up to six years.

Контролируемые компетенции: ОК-4

Оценка компетенций осуществляется в соответствии с Таблицей 4.

### **Темы для аудирования**

1. Listen to two speakers talking about brands. What reasons does each person give for liking or disliking brands? Which person do you agree with?

2. Four marketing executives at a sports sponsorship agency are talking about finding a new sponsor for their client, a well-known media company. Listen to the conversation and answer the questions.

a. Why does the client want to change the sport they sponsor?

b. Which four sports do the executives consider?

c. Which sport does Mario suggest? Why does he suggest it?

d. What must David do before he contacts Larry Harrington's agent?

3. Listen to three people talking about their business travel experiences. Tick the problems that they mention. (not enough leg room; lost or delayed luggage; long queues at check in; no baggage trolleys available; tiredness and jet lag).

Критерии оценивания заданий по аудированию

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если студент плохо понял содержание аудиозаписи в работе отражено понимание менее 45% информации.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если понимание содержания аудиозаписи среднее, в работе отражено понимание менее 65%.

Оценка «хорошо» ставится студенту, если понимание содержания аудиозаписи хорошее, в работе отражено понимание более 75%.

Оценка «отлично» ставится студенту, если понимание содержания аудиозаписи высокое, в работе отражено понимание более 85%.

### **5.4. Темы групповых творческих заданий (проектов)/**

### индивидуальных творческих заданий (проектов):

*Групповые проекты:*

Prepare to write a project:

1. Gross Domestic Product vs Gross National Happiness: Which criterion is better?
2. Success and stress.

**Do research on one of the topics given below.**

1) Famous philanthropists of the UK and Russia: Henry Tate and Pavel Tretyakov. What made them found galleries?

2) British and Russian view on management and scientific organization of labour: historical aspect.

Some information you may use:

Name of a person	Famous for
Lyndall Urwick (1891-1983)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• concept of time-management</li> <li>• concept of span control</li> <li>• “The Meaning of Rationalisation” (1929)</li> </ul>
Stafford Beer (1926-2002)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• cybernetics in management</li> <li>• system model of organisation</li> </ul>
Aleksei Gastev (1882-1939)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• concept of scientific management</li> <li>• director of the Central Institute of Labour (1920)</li> <li>• Central Council of Scientific Organization of Labour (1921)</li> </ul>
Platon Kerzhentsev (1881-1940)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• scientific organization of labour</li> <li>• The founder of the League of Time</li> </ul>

3) The history of finance and banking in the UK and Russia through personalities.

Some information you may use:

Name of a person	Famous for
Philip Burlamachi (UK) (1575-1644)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• concept of a central bank</li> </ul>
William Paterson (UK) (1658-1719)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• founder of the Bank of England</li> <li>• Scottish trader and banker</li> </ul>
John Holland (UK) (1658-1722)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• first governor of the Bank of Scotland</li> <li>• developed a scheme for the Bank of Ireland</li> </ul>
Nathan Mayer (UK) Rothschild (1777-1836)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• pioneer of international finance</li> <li>• initiator of bond market operations</li> </ul>
Francis Baring (UK) (1740-1810)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• founder of Baring Bank, oldest in the world</li> <li>• adviser to the British Royal family on investment</li> </ul>
Thomas Sutherland (UK) (1834-1922)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• established Hong Kong and Shanghai Banking Corporation (1865)</li> <li>• first vice-chairman</li> </ul>
Afanasy Ordin-Nashchokin (RU) (1605-1680)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• founder of first Russian bank “Zemskaya Izba” (1655)</li> <li>• concept of national economy and money circulation</li> </ul>
Yakov Evreynov (RU) (1700-1772)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• head of Commercial Bank for Merchants</li> </ul>
Ivan Lyamin (RU) (1822-1894)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• head of Moscow stock exchange committee (1865-1868)</li> <li>• founder of Moscow Merchant Bank</li> </ul>
Evgeny Lamansky (RU) (1825-1902)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• transformed the system of credit institutions in Russia</li> <li>• governor of the State Bank (1867-1881)</li> </ul>
Sergei Witte (RU) (1849-1915)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minister of Finance (1892-1905)</li> <li>• established state monopoly on alcohol (1895)</li> <li>• implemented currency reform (1896)</li> </ul>
Mikhail Zotov (RU)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• implemented monetary reforms (1947 and 1961)</li> </ul>

(1915-2012)	<ul style="list-style-type: none"> <li>established a network of post-Soviet commercial banks</li> </ul>
-------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------

4) Is poverty an important topic for economics? Famous economists who studied poverty.

Some information you may use:

Name of a person	Famous for
Ivan Pososhkov (RU) (1652-1726)	<ul style="list-style-type: none"> <li>“The Book of poverty and wealth” (1724, published in 1842)</li> <li>Role of domestic and foreign trade for Russian merchants</li> </ul>
John Hobson (UK) (1858-1940)	<ul style="list-style-type: none"> <li>“Problems of Poverty and Unemployment” (1891)</li> <li>“Evolution of Modern Capitalism” (1894)</li> <li>Concept of under-consumption</li> </ul>

5) Nobel Prize in Economics winners: did they change the world?

Some information you may use:

Name of a person	Famous for
John Hicks (UK) (1904-1989)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nobel Prize in Economics (1972)</li> <li>Hicksian demand function</li> <li>Contributions to general equilibrium and welfare theory</li> </ul>
Ronald Coase (UK) (1910-2013)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nobel Prize in Economics (1991)</li> <li>transaction costs and property rights</li> </ul>
Leonid Kantorovich (RU) (1912-1986)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nobel Prize in Economics (1975)</li> <li>founder of linear programming</li> <li>method of successive approximations</li> </ul>

6) Famous economists who changed the world

7) Financial centers of English-speaking countries.

8) Industries of my region/ country.

Контролируемые компетенции: ОК-4, ОПК-4, ПК-2

Критерии оценивания:

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если высказывание логично, средства логической связи использованы правильно, структура текста соответствует формату (проекту), текст правильно разделён на абзацы. Используемый словарный запас и грамматические средства соответствуют высокому уровню сложности задания, практически нет нарушений в использовании лексики (допускается 1 лексическая ошибка, 1 незначительная грамматическая ошибка). Задание выполнено полностью: содержание отражает полно и точно все аспекты; стилизовое оформление речи выбрано правильно.

- оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если высказывание логично, средства логической связи использованы правильно, структура текста соответствует формату (проекту), текст правильно разделён на абзацы. Используемый словарный запас и грамматические средства соответствуют высокому уровню сложности задания, однако имеются 2–3 лексические ошибки, 2-3 грамматические ошибки или словарный запас ограничен, но лексика использована правильно. Задание выполнено полностью: содержание отражает полно и точно все аспекты; стилизовое оформление речи выбрано правильно (допускается 1 нарушение нейтрального стиля).

- оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если высказывание не точно или не полно, имеются ошибки в стилизовом оформлении речи. Используемый словарный запас и грамматические средства не соответствуют уровню сложности задания, имеются более 3 лексических ошибок, более 3 грамматических ошибок, словарный запас ограничен.

- оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если задание не выполнено, или используемый словарный запас и грамматические средства не соответствуют уровню сложности задания, имеются более 8 лексических ошибок, более 8 грамматических ошибок, словарный запас ограничен.



**5.5. Тестовые задания**  
**Входное тестирование**  
PART A

**Choose the best answer. If you do not know the answer, leave it blank.**

1. \_\_\_\_\_ name is Robert.  
a) Me    b) I    c) My
2. They \_\_\_\_\_ from Spain.  
a) is    b) are    c) do
3. \_\_\_\_\_ are you from?  
a) What    b) Who    c) Where
4. What do you do? I'm \_\_\_\_\_ student.  
a) the    b) a    c) —
5. Peter \_\_\_\_\_ at seven o'clock.  
a) goes up    b) gets    c) gets up
6. \_\_\_\_\_ you like this DVD?  
a) Are    b) Have    c) Do
7. We \_\_\_\_\_ live in a flat.  
a) don't    b) hasn't    c) doesn't
8. Wednesday, Thursday, Friday, \_\_\_\_\_  
a) Saturday    b) Tuesday    c) Monday
9. \_\_\_\_\_ he play tennis?  
a) Where    b) Does    c) Do
10. Have you \_\_\_\_\_ a car?  
a) any    b) have    c) got
11. We don't have \_\_\_\_\_ butter.  
a) a    b) any    c) got
12. \_\_\_\_\_ some money here.  
a) There're    b) There    c) There's
13. We \_\_\_\_\_ got a garage.  
a) haven't    b) hasn't    c) don't
14. Those shoes are very \_\_\_\_\_ .  
a) expensive    b) a lot    c) cost
15. Have you got a pen? Yes, I \_\_\_\_\_ .  
a) am    b) have    c) got
16. It is a busy, \_\_\_\_\_ city.  
a) traffic    b) quite    c) noisy
17. They \_\_\_\_\_ at home yesterday.  
a) was    b) are    c) were
18. I \_\_\_\_\_ there for a long time.  
a) lived    b) living    c) live
19. He didn't \_\_\_\_\_ glasses.  
a) put    b) wear    c) take
20. The restaurant was \_\_\_\_\_ busy.  
a) very    b) a lot    c) many
21. Do you like the red \_\_\_\_\_ ?  
a) it    b) that    c) one
22. He \_\_\_\_\_ to Brazil on business.  
a) go    b) goed    c) went
23. Yesterday was the \_\_\_\_\_ of April.  
a) third    b) three    c) day three
24. She's got \_\_\_\_\_ hair.  
a) dark long    b) long and dark    c) long dark

25. I \_\_\_\_\_ play football at the weekend.  
a) usually                      b) use                              c) usual
26. I \_\_\_\_\_ in an armchair at the moment.  
a) sitting                      b) 'm sitting                      c) sit
27. My brother is older \_\_\_\_\_ me.  
a) then                      b) that                              c) than
28. Their car is \_\_\_\_\_ biggest on the road.  
a) than                      b) this                              c) the
29. It's the \_\_\_\_\_ interesting of his films.  
a) more                      b) much                              c) most
30. The phone's ringing: \_\_\_\_\_ answer it.  
a) I'll                      b) I                              c) will
31. Do you \_\_\_\_\_ classical or rock music?  
a) rather                      b) prefer                              c) more
32. He has \_\_\_\_\_ breakfast.  
a) ate                      b) eaten                              c) eat
33. The \_\_\_\_\_ have seen it before.  
a) childs                      b) child                              c) children
34. I've never met an actor \_\_\_\_\_ .  
a) before                      b) already                              c) after
35. \_\_\_\_\_ is very good exercise.  
a) Swim                      b) To swim                              c) Swimming
36. Have you \_\_\_\_\_ been on a winter sports holiday?  
a) always                      b) ever                              c) soon
37. I can't \_\_\_\_\_ another language.  
a) speaking                      b) speak                              c) to speak
38. They \_\_\_\_\_ pay for the tickets.  
a) haven't to                      b) don't have                              c) don't have to
39. \_\_\_\_\_ old is their car?  
a) What                      b) When                              c) How
40. Are you \_\_\_\_\_ for one or two weeks?  
a) staying                      b) stayed                              c) stay
41. Stephen \_\_\_\_\_ to visit his parents.  
a) will                      b) going                              c) is going
42. I don't \_\_\_\_\_ getting up early.  
a) not like                      b) want                              c) enjoy
43. We \_\_\_\_\_ like to see the mountains.  
a) would                      b) will                              c) are
44. They \_\_\_\_\_ ever check their emails.  
a) hard                      b) harder                              c) hardly
45. They won't come, \_\_\_\_\_ they?  
a) won't                      b) come                              c) will
46. He \_\_\_\_\_ know how to spell it.  
a) doesn't                      b) hasn't                              c) don't
47. Carla \_\_\_\_\_ to the radio all morning.  
a) listening                      b) heard                              c) listened
48. They \_\_\_\_\_ come to the cinema with us.  
a) doesn't                      b) not                              c) didn't
49. I like this song. \_\_\_\_\_ do I.  
a) Either                      b) So                              c) Neither
50. We \_\_\_\_\_ them at eight o'clock.  
a) meet                      b) 're meet                              c) 're meeting

PART B

**Choose the best answer. If you do not know the answer, leave it blank.**

51. They are going \_\_\_\_\_ in America next month.  
a) to be                      b) will be                      c) be                      d) being
52. This is the cinema \_\_\_\_\_ we saw the film.  
a) when                      b) which                      c) that                      d) where
53. Have you ever \_\_\_\_\_ in a jazz band?  
a) seen                      b) played                      c) listened                      d) wanted
54. I'm \_\_\_\_\_ when I'm with you.  
a) happier                      b) happier than                      c) happier                      d) the happy
55. This is \_\_\_\_\_ than I thought.  
a) bad                      b) badder                      c) worse                      d) worst
56. Can you tell me the way \_\_\_\_\_ ?  
a) to the bank                      b) is the bank                      c) where is bank                      d) of the bank
57. Do you know what \_\_\_\_\_ ?  
a) time is it                      b) time is                      c) time is now                      d) time it is
58. Were you \_\_\_\_\_ to open the door?  
a) could                      b) can                      c) able                      d) possible
59. Everybody \_\_\_\_\_ wear a seat belt in the car.  
a) must                      b) mustn't                      c) don't have to                      d) doesn't have to
60. Tom has lived in this town \_\_\_\_\_ three years.  
a) since                      b) from                      c) after                      d) for
61. We \_\_\_\_\_ work in that factory.  
a) use to                      b) was                      c) used to                      d) then
62. I think it \_\_\_\_\_ be sunny tomorrow.  
a) will probably                      b) probably                      c) can                      d) will to
63. He \_\_\_\_\_ like his brother.  
a) look                      b) isn't                      c) isn't look                      d) can look
64. \_\_\_\_\_ does your boyfriend look like?  
a) How                      b) What                      c) Why                      d) Which
65. I've got \_\_\_\_\_ many problems.  
a) too                      b) a                      c) enough                      d) really
66. If we get up in time, \_\_\_\_\_ catch the train.  
a) we catch                      b) we caught                      c) we had caught                      d) we'll catch
67. They \_\_\_\_\_ to go to France for a year.  
a) decide                      b) deciding                      c) decided                      d) to decide
68. I'm working \_\_\_\_\_ to pass my exam.  
a) hardly                      b) much                      c) hard                      d) good
69. I'm writing \_\_\_\_\_ ask you to explain.  
a) for                      b) in order to                      c) because                      d) because of
70. He said that most problems \_\_\_\_\_ by teenagers.  
a) cause                      b) caused                      c) were caused                      d) were causing
71. What \_\_\_\_\_ to do at the weekend?  
a) have you like                      b) are you liking                      c) do you like                      d) is you like
72. Football \_\_\_\_\_ in most countries.  
a) plays                      b) players                      c) is played                      d) is playing
73. Who was \_\_\_\_\_ the door?  
a) at                      b) on                      c) in                      d) of
74. We \_\_\_\_\_ lunch when you telephoned.  
a) was having                      b) had                      c) were having                      d) are having
75. Your work is \_\_\_\_\_ better.  
a) being                      b) doing                      c) getting                      d) falling
76. She could play the piano \_\_\_\_\_ she could walk.  
a) during                      b) while                      c) as well                      d) before
77. The train was cancelled, so we \_\_\_\_\_ .  
a) couldn't go                      b) wasn't go                      c) didn't went                      d) mustn't go



If you are sure students are below Intermediate, use only Part A. If you think they are Intermediate or Upper Intermediate, use only Part B and grade it as follows.

00-15 Below intermediate

16-35 Intermediate

36-50 Upper Intermediate

#### Part A

1 c / 2 b / 3 c / 4 b / 5 c / 6 c / 7 a / 8 a / 9 b / 10 c

11 b / 12 c / 13 a / 14 a / 15 b / 16 c / 17 c / 18 a / 19 b / 20 a

21 c / 22 c / 23 a / 24 c / 25 a / 26 b / 27 c / 28 c / 29 c / 30 a

31 b / 32 b / 33 c / 34 a / 35 c / 36 b / 37 b / 38 c / 39 c / 40 a

41 c / 42 c / 43 a / 44 c / 45 c / 46 a / 47 c / 48 c / 49 b / 50 c

#### Part B

51 a / 52 d / 53 b / 54 c / 55 c / 56 a / 57 d / 58 c / 59 a / 60 d

61 c / 62 a / 63 b / 64 b / 65 a / 66 d / 67 c / 68 c / 69 b / 70 c

71 c / 72 c / 73 a / 74 c / 75 c / 76 d / 77 a / 78 d / 79 b / 80 c

81 d / 82 c / 83 a / 84 b / 85 a / 86 c / 87 b / 88 c / 89 b / 90 d

91 a / 92 d / 93 d / 94 b / 95 a / 96 d / 97 c / 98 d / 99 a / 100 b

Контролируемые компетенции: ОК-4, ОПК-4, ПК-2

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если количество правильных ответов превышает 84;

- оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если количество правильных ответов от 74 до 84;

- оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если количество правильных ответов от 60 до 74;

- оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если количество правильных ответов менее 60.

### Рубежный контроль

#### TEST 1

##### 1. Answer all thirty questions. There is one mark per question.

VOCABULARY: BRITISH AND AMERICAN ENGLISH

1 COMPLETE THE TEXT WITH THE CORRECT BRITISH ENGLISH OPTION A), B) OR C).

MY LAST OVERSEAS BUSINESS TRIP WAS HIGHLY ENJOYABLE. I SET OFF FAIRLY EARLY IN THE MORNING, SO THERE WAS HARDLY ANY TRAFFIC ON THE (1)\_\_\_\_\_, AND I GOT TO THE AIRPORT VERY QUICKLY. I DROVE STRAIGHT TO THE MULTI-STOREY (2)\_\_\_\_\_. LEVEL FOUR WAS PRACTICALLY EMPTY SO I PARKED VERY EASILY. I THEN TOOK THE (3)\_\_\_\_\_ DOWN AND MADE MY WAY TO DEPARTURES. AS USUAL, I HAD (4)\_\_\_\_\_ MY TICKET ONLINE. THIS ALLOWS ME TO USE ONE OF THE EXPRESS CHECK-IN DESKS, WHERE THERE IS HARDLY EVER A (5)\_\_\_\_\_. AS I JUST HAD ONE PIECE OF (6)\_\_\_\_\_, IT TOOK ONLY A COUPLE OF MINUTES TO CHECK IN, AND THEN JUST A LITTLE LONGER TO GO THROUGH SECURITY. I WAS RELIEVED TO SEE THAT THERE WERE NO DELAYS OR CANCELLATIONS. I BOARDED MY PLANE AND SET ABOUT DOING SOME WORK. WHAT'S GREAT ABOUT SANTOL AIRLINES IS THAT EVEN IF YOU FLY (7)\_\_\_\_\_ AS I USUALLY DO, THERE IS PLENTY OF WORK SPACE FOR THE BUSINESS TRAVELLER. I FINISHED MY REPORT AND THEN JUST RELAXED UNTIL LANDING. I MADE MY WAY TO THE (8)\_\_\_\_\_ STATION, CHECKED THE (9)\_\_\_\_\_ AND THE PLATFORM NUMBER, AND TOOK THE FIRST TRAIN TO THE (10)\_\_\_\_\_. I GOT OFF AT OPERA, WHICH WAS WITHIN EASY WALKING DISTANCE OF MY HOTEL.

1 a) runway

b) motorway

c) freeway

- |                    |                 |                     |
|--------------------|-----------------|---------------------|
| 2 a) car park      | b) parking lot  | c) parkway          |
| 3 a) elevator      | b) lift         | c) carousel         |
| 4 a) reserved      | b) checked      | c) booked           |
| 5 a) queue         | b) line         | c) row              |
| 6 a) travel bag    | b) hand luggage | c) carry-on baggage |
| 7 a) coach         | b) savings      | c) economy          |
| 8 a) underway      | b) subway       | c) underground      |
| 9 a) timetable     | b) diary        | c) schedule         |
| 10a) downtown area | b) city centre  | c) district         |

## 2. LANGUAGE REVIEW: TALKING ABOUT THE FUTURE

### **Underline the correct verb form in italics.**

11. A: I can't believe it! Our flight's just been cancelled.

B: Oh no! What *will we do / are we going to do*?

12. A: Our travel expenses claim system isn't working properly.

B: I know. We've got it all planned. *We're going to introduce / We'll introduce* a new procedure.

13. A: I hear you're off to Hengzhou next Monday.

B: That's right. But I'll come and see you before *I leave / I'll leave*.

14. A: I've been trying to e-mail them my invoice but I can't get connected to the Internet.

B: Not to worry. If you give me their details *I'm going to fax / I'll fax* it over for you.

15. A: Are you free on Tuesday?

B: Well, *I'll see / I'm seeing* our new Sales Manager in the morning, but the afternoon is OK.

16. A: Have you checked the timetable?

B: Yes. The next train leaves at 10 a.m., but it *doesn't stop / won't stop* at Linz.

17. A: What are your plans for next week?

B: *We are visiting / We'll visit* our Chinese subsidiaries.

### **3 Complete the sentences using the correct future form of the verb in brackets. Use contracted forms where possible.**

18. I'm afraid Ms Aydin can't see you on Thursday. She \_\_\_\_\_ our annual sales conference. (*attend*)

19. If I could just take down your phone number, I \_\_\_\_\_ Mr Di Pietro to call you back as soon as possible. (*ask*)

20. I've just received our schedule. Our train \_\_\_\_\_ from Central Station at 8.15 a.m. tomorrow. (*leave*)

21. I'll contact you as soon as I \_\_\_\_\_ my itinerary. (*receive*)

22. If you accept that job in Vietnam, you \_\_\_\_\_ it. (*never regret*)

23. A: Have you booked our tickets?

B: Sorry, I forgot. I \_\_\_\_\_ the travel department now. (*phone*)

24. Look at this fog! Flights \_\_\_\_\_ just like last time. (*be delayed*)

25. We won't start the meeting until everyone \_\_\_\_\_ here. (*get*)

## SKILLS: TELEPHONING: MAKING ARRANGEMENTS

### **4 Complete the conversation. Write one word in each blank.**

- A Travel Section. Good afternoon. How can I help you?
- B I'd like to speak to Zehra Kadic, (26)\_\_\_\_\_. That's extension 211.
- A Thank you. Who's calling, please?
- B Jan Degraaf, from Smets Electronics.
- A Just one moment please, Mr Degraaf. I'm putting you through.
- C Hello, Zehra Kadic speaking.
- B Hello, Zehra. Jan here. The (27)\_\_\_\_\_ I'm calling is that I'd like to fix another time for our Friday meeting. I'm afraid something's (28)\_\_\_\_\_ up, and I'm tied up all day. Sorry about that.
- C No problem. How (29)\_\_\_\_\_ Thursday morning instead?
- B I can't (30)\_\_\_\_\_ it then, I'm afraid. But I'm free in the afternoon after 15.00.
- C OK. Shall we say 15.30?
- B That's fine for me.
- C Good. So I'll see you on Thursday at 15.30.
- B That's great. See you then!

## Test 2

**Answer all thirty questions. There is one mark per question.**

### I. VOCABULARY: BRAND MANAGEMENT

**1 Complete the sentences about brands and products with the missing word. The first letter is given.**

- 1 A problem with product e\_\_\_\_\_ is that the celebrities used might get into trouble, which could then cause negative publicity.
- 2 Brand l\_\_\_\_\_ is declining among shoppers, who are increasingly turning to the cheaper supermarket own-label products.
- 3 By expanding their product r\_\_\_\_\_, many companies hope to attract new customers.
- 4 Ferrari's brand i\_\_\_\_\_ is that of an upmarket, well-engineered, well-designed and sophisticated car.
- 5 In many countries, the 'bic' brand n\_\_\_\_\_ has become a synonym for ballpoint pens.
- 6 Last year, our company started a huge advertising campaign to support its biggest European product l\_\_\_\_\_ ever.
- 7 In marketing, the length of time that people continue to buy a particular product is called the product l\_\_\_\_\_.
- 8 Several consumer associations are running campaigns to require disclosure of product p\_\_\_\_\_ in all media, including TV, movies and video games.

9 We want more consumers to become familiar with our products. So the aim of our next advertising campaign should be to raise brand a \_\_\_\_\_.

10 When Bic, the manufacturer of ballpoint pens, moved into windsurf boards, disposable lighters and razors, it was a typical example of brand s \_\_\_\_\_.

2 Match each adjective to its definition. Write your answers here:

11 \_\_\_ 12 \_\_\_ 13 \_\_\_ 14 \_\_\_ 15 \_\_\_

- 11 top of the range
- 12 sophisticated
- 13 reliable
- 14 durable
- 15 value for money

- a able to stay in good condition for a long time
- b always working well
- c complicated and advanced in design
- d worth its price
- e the most expensive in a category or market

## II. LANGUAGE REVIEW: PRESENT SIMPLE AND PRESENT CONTINUOUS

**3 Complete these sentences with the appropriate present simple or present continuous forms of these verbs. Use each verb twice.**

buy / do / keep / make / test

16 All our staff \_\_\_\_\_ all they can to ensure the success of the forthcoming advertising campaign.

17 Demand is at a peak this month, but the production department \_\_\_\_\_ every possible effort to meet the targets.

18 Despite the pressure this week, we \_\_\_\_\_ within schedule.

19 Foreign investors \_\_\_\_\_ a lot of properties in our country this year.

20 It is well-known that a number of cosmetics companies routinely \_\_\_\_\_ their products on animals.

21 Most of my colleagues usually \_\_\_\_\_ designer brands, but for me price is more important.

22 Our sales representatives always \_\_\_\_\_ a detailed record of their expenses.

23 Our suppliers always \_\_\_\_\_ their best to deliver on time.

24 Santorel \_\_\_\_\_ a new malaria medicine at the moment. Production is scheduled to start next year.

25 Unilever \_\_\_\_\_ a wide variety of consumer goods.



### III. SKILLS: TAKING PART IN MEETINGS

#### 4 Complete this meeting excerpt with the correct words.

Dieter            The proposal is that we change our logo and then rethink our brand image. So, what are your views on this?

Milica            (26)\_\_\_\_\_ my opinion, this is the only way to solve our current problems.

Sven             Why don't we focus on our brand image first? That's the key issue!

Hans             I'm (27)\_\_\_\_\_ I can't agree. What we need is a wider product range.

Nikola           How (28)\_\_\_\_\_ doing both? We can stretch our brand and improve our image at the same time.

Thomas          I see what you (29)\_\_\_\_\_, but we've got to start somewhere, and a new image is more important at this stage.

Peter            I think (30)\_\_\_\_\_ too. When we decide on our image, ideas for a new logo will follow.

Total: \_\_\_\_/ 30

Курс «Профессиональный иностранный язык» общим объемом 252 часа завершается зачетом во 2 семестре, экзаменом в 3 семестре и зачетом с оценкой в 4 семестре.

#### Вопросы к зачету (2 семестр)

В структуру зачета включается:

a) Контроль фонетически правильного чтения и перевод текста, содержащего лексику специальности. Выполнение коммуникативного задания к тексту

Пример текста

**Read texts a) to e) from the *Financial Times* and match them to the types of business (31–35)**

- |   |                                    |   |                          |
|---|------------------------------------|---|--------------------------|
| 1 | Consumer goods and retailing _____ | 2 | Travel and leisure _____ |
| 3 | Agriculture and construction _____ | 4 | Telecommunications _____ |
| 5 | Drink and food _____               |   |                          |

**a.** Oriental Land Company manages and develops theme parks. The company also has retail businesses and manages entertainment and leisure facilities. The company primarily operates in Japan. It is headquartered in Chiba, Japan, and employs 2,193 people.

**b.** Heineken brews and sells more than 170 beers, including *Heineken*, *Amstel*, *Cruzcampo*, *Tiger*, *Zywiec*, *Birra Moretti*, *Ochota*, *Murphy's* and *Star*. It operates in Europe, the Americas, Africa, the Middle East and Asia Pacific. It is headquartered in Amsterdam, the Netherlands and employs about 54,000 people.

**c.** Revlon produces, markets and sells cosmetics, skin-care products, fragrance and personal-care products. The company's products are sold in over 100 countries across six continents. It is headquartered in New York City, New York, and employs about 5,600 people.

**d.** IOI Corporation Berhad is a diversified group that grows oil palm, produces rubber and is engaged in property development and investment, landscaping services and general contracting. The group has manufacturing facilities in the Netherlands, the US, Malaysia and Egypt and sales offices in eight other

countries including China. The group primarily operates in Malaysia. It is headquartered in Putrajaya, Malaysia, and employs around 27,330 people.

e. JDS Uniphase Corporation manufactures and markets optical products for communications, commercial and consumer applications. The company offers test and measurement systems and services for telecommunications service providers, cable operators and network equipment manufacturers. The company primarily operates in the US, Europe and Asia Pacific. It is headquartered in Milpitas, California, and employs about 7,000 people worldwide.

б) Устный ответ на вопрос по грамматике

### **Вопросы к зачету:**

#### **В структуру зачеты с оценкой включается:**

- 1) Контроль фонетически правильного чтения и перевод, коммуникативное задание к тексту
- 2) Устный ответ на вопрос по грамматике
- 3) Монологическое высказывание по теме:
  1. Economy of the UK
  2. Marketing
  3. Market research
  4. Economy in the USA
  5. A letter to my friend
  6. A vacation report
  7. Banks
  8. Concept of management
  9. Forms of Business Organization
  10. Corporate Expansion and Dissolution
  11. Business Letters
  12. Structure of corporation
  13. Human Resources Management
  14. Dismissing Employees
  15. Business Ethics
  16. Corporate Culture
  17. Marketing Essentials
  18. Business Meetings
  19. Investments
  20. Credit
  21. Annual Report

#### Критерии оценивания

- оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся если правильно выполнено менее 60 % теста.

- оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если правильно выполнено не менее 60% теста.

- оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если правильно выполнено не менее 75% теста.

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если правильно выполнено не менее 90% исходного теста.

Отметку «Зачтено» заслуживает студент, обнаруживший знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой.

«Не зачтено» ставится в случае, когда студент не знает значительной части учебного материала, допускает существенные ошибки, когда знания носят отрывочный и бессистемный характер, студент не может продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

## Вопросы к экзамену

### Структура экзаменационного билета:

1. Read translate and render the following text.
2. Be ready to speak on the topic.
3. Account for your lexical minimum.

Примеры экзаменационных текстов:

#### Text 1

**Read the texts and decide if these statements are true or false.**

1. Oriental Land Company has more employees than Revlon.
2. Heineken produces more than 200 beers.
3. Revlon products are sold worldwide.
4. IOI Corporation Berhad's main operations are in Malaysia.

**a.** Oriental Land Company manages and develops theme parks. The company also has retail businesses and manages entertainment and leisure facilities. The company primarily operates in Japan. It is headquartered in Chiba, Japan, and employs 2,193 people.

**b.** Heineken brews and sells more than 170 beers, including *Heineken*, *Amstel*, *Cruzcampo*, *Tiger*, *Zywiec*, *Birra Moretti*, *Ochota*, *Murphy's* and *Star*. It operates in Europe, the Americas, Africa, the Middle East and Asia Pacific. It is headquartered in Amsterdam, the Netherlands and employs about 54,000 people.

**c.** Revlon produces, markets and sells cosmetics, skin-care products, fragrance and personal-care products. The company's products are sold in over 100 countries across six continents. It is headquartered in New York City, New York, and employs about 5,600 people.

**d.** IOI Corporation Berhad is a diversified group that grows oil palm, produces rubber and is engaged in property development and investment, landscaping services and general contracting. The group has manufacturing facilities in the Netherlands, the US, Malaysia and Egypt and sales offices in eight other countries including China. The group primarily operates in Malaysia. It is headquartered in Putrajaya, Malaysia, and employs around 27,330 people.

**e.** JDS Uniphase Corporation manufactures and markets optical products for communications, commercial and consumer applications. The company offers test and measurement systems and services for telecommunications service providers, cable operators and network equipment manufacturers. The company primarily operates in the US, Europe and Asia Pacific. It is headquartered in Milpitas, California, and employs about 7,000 people worldwide.

#### Text 2

**Read the article about brands and decide if these statements are true or false.**

1. Advertising is by far the most important way of supporting a brand's image.
2. Companies often don't invest enough in counter staff.
3. Customers may become loyal to an airline if they like the cabin crew.
4. Spending money on employee training generally isn't very beneficial to a company.
5. Most companies need to understand more about how customers behave.
6. Four Seasons and Virgin Atlantic have invested a lot in their people to build brand value.

#### Brands through people

**By Simon Glynn**

#### **What makes consumers choose one airline over another or one mortgage provider over its rival?**

Our research shows that your reaction to a brand depends on your experience of buying, using or owning it and not just on advertising. The most important part of that experience is often your personal interaction with people. This is an area that most companies don't understand or invest enough in.

Take airlines. Satisfaction with cabin crew contributes more to people choosing the same airline again than other factors.

Why do companies not spend more on their people when there are clear benefits? Here are two common reasons.

#### **It's too expensive**

Many organisations know that people matter. But they don't invest in this area because they think it is a luxury they cannot afford. And it's true that some role models, such as the Four Seasons hotel group or Virgin Atlantic Upper Class, would be too expensive for most to copy.

But there are smart, affordable solutions that create a lot of brand value out of only a little customer interaction. First Direct earns the highest level of customer recommendation of any UK bank through just the telephone contact with its customers.

Customers at QVC, the market-leading television shopping channel, value their interaction with the station's people – in this case not the call centre staff who take the shopping orders, so much as the relationship that viewers believe they have with QVC's onscreen presenters.

### **The importance is not clear**

Satisfaction surveys can hide the importance of people. For example, choosing a mortgage is often very influenced by counter staff in a bank or building society. Research with customers at the critical stage, where they have received a quote but not yet signed a document, shows that their interaction with the mortgage provider's representative is the biggest single influence on their choice.

It is bigger than perceptions of the products and fees, which are often the subject of the brand's advertising and communications. Yet in the same research conducted after the loan is given, customers may have forgotten the good customer service they received and may focus more on general brand impressions. If you conduct your research at that point – and this is often the case – the very important role that your staff have played will not be clear.

### **Topics (Term 3)**

1. Decision Making and Cost-Benefit Analysis
2. Division of Labor and Specialization
3. Economic Institutions
4. Economic Systems
5. Incentives
6. Money
7. Opportunity Cost
8. Productive Resources
9. Productivity
10. Property Rights
11. Scarcity
12. Technology
13. Trade, Exchange and Interdependence
14. Aggregate Demand
15. Aggregate Supply
16. Budget Deficits and Public Debt
17. Business Cycles
18. Economic Growth
19. Employment and Unemployment
20. Fiscal Policy
21. GDP
22. Inflation
23. Monetary Policy and the Federal Reserve
24. Real vs. Nominal
25. Competition and Market Structures
26. Consumers
27. Elasticity of Demand
28. Entrepreneurs
29. Government Failures/Public-Choice Analysis
30. Income Distribution
31. Market Failures
32. Markets and Prices
33. Price Ceilings and Floors
34. Producers
35. Profit

36. Roles of Government
37. Supply
38. Balance of Trade and Balance of Payments
39. Barriers to Trade
40. Benefits of Trade/Comparative Advantage
41. Economic Development
42. Foreign Currency Markets/Exchange Rates
43. Compound Interest
44. Credit
45. Financial Markets
46. Human Capital
47. Insurance
48. Money Management/Budgeting
49. Risk and Return
50. Saving and Investing

Оценки «отлично» заслуживает студент, выполнивший полный объем работы. Ответ студента полный и правильный. Студент способен обобщить материал, сделать собственные выводы, выразить свое мнение, привести иллюстрирующие примеры.

Оценки «хорошо» заслуживает студент, выполнивший 75% работы. Ответ студента правильный, но неполный. Не приведены иллюстрирующие примеры, обобщающее мнение студента недостаточно четко выражено.

Оценки «удовлетворительно» заслуживает студент, выполнивший 50% работы. Ответ правилен в основных моментах, нет иллюстрирующих примеров, нет собственного мнения студента, есть ошибки в деталях и/или они просто отсутствуют.

Оценки «неудовлетворительно» заслуживает студент, выполнивший менее 50% работы, в ответе существенные ошибки в основных аспектах темы.