

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Антипова Наталья Викторовна
Должность: и.о. директора филиала
Дата подписания: 26.06.2026 18:02:46
Уникальный программный ключ:
fae5412acb1bf810dc69e6bc004ac45622b84b3a

Приложение 6
к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 38.04.01 Экономика
направленность (профиль) программы «Бизнес-аналитика в
экономике и управлении»

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования**

«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

Улан-Баторский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

Одобрено
На заседании Совета Улан-Баторского
филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Протокол № 3 от 23 октября 2025 г.
Председатель совета
Н.В. Антипова



**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
по дисциплине**

Б1.О.03 Иностранный язык делового и профессионального общения

Направление подготовки **38.04.01 Экономика**

Направленность (профиль) программы **Бизнес-аналитика в экономике и управлении**

Уровень высшего образования **Магистратура**

Год начала подготовки 2026

Улан-Батор – 2025 г.

Составители:

к.филол.н., доцент, доцент кафедры иностранных
языков РЭУ им. Г.В. Плеханова

О.В. Чалей

Ст.пр. междисциплинарной кафедры Улан-
Баторского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

Б.М. Шабakov

Оценочные материалы одобрены на заседании Совета Улан-Баторского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
протокол № 3 от «23» октября 2025 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по дисциплине **Иностранный язык делового и профессионального общения**

ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ И ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование индикатора)	Результаты обучения (знания, умения)	Наименование контролируемых разделов и тем
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном (ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.2. Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на мероприятиях различного формата, включая международные	УК-4.2. З-1. Знает основные концепции организации межличностного взаимодействия в информационной среде	Тема 1. Обучение и развитие персонала. Тема 2. Служебные функции и должностные обязанности. Тема 3. Трудоустройство. Тема 4. Разработка и выпуск новой продукции на рынок. Тема 5. Организация продвижения товаров и услуг, брэндинг. Тема 6. Деловые переговоры. Тема 7. Старт-ап проект: разработка, финансирование и развитие. Тема 8. Создание бизнеса на новом месте. Тема 9. Презентация бизнес-идей. Тема 10. Деловые встречи, собрания, поездки и конференции. Тема 11. Деловая документация: отчеты и предложения. Тема 12. Субъектно-объектные отношения в рамках ведения бизнеса.
		УК-4.2. У-1. Владеет навыками и умениями установления и развития академических и профессиональных контактов, в т.ч. в международной среде, в соответствии с целями, задачами и условиями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия	
	УК-4.3. Принимает участие в академических и профессиональных дискуссиях, в том числе на иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.3. У-1. Воспринимает и анализирует информацию на государственном языке РФ и иностранном языке в процессе академического и профессионального взаимодействия	
		УК-4.3. У-2. Принимает участие в академических и профессиональных дискуссиях на государственном языке РФ и/или иностранном языке, аргументированно отстаивая свои позиции и идеи	

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Перечень учебных заданий на аудиторных занятиях 1-ый семестр

Перечень вопросов для опроса

Индикаторы достижения: УК-4.2., УК-4.3.

Тема 1. Обучение и развитие персонала.

1. Какие способы мотивации персонала считаются наиболее эффективными?
2. Назовите возможные пути повышения квалификации и обучения персонала? Приведите примеры из зарубежной практики.
3. Докажите необходимость профессиональных тренингов.
4. Опишите тенденции профессионального развития персонала.
5. Почему коучинг рассматривается как современный подход к обучению и развитию персонала?

Тема 2. Служебные функции и должностные обязанности.

1. Расскажите о типах иерархии в организации и должностных обязанностях работников.
2. Какие стили управления компанией вы знаете? В чём заключаются их преимущества и недостатки?
3. Каковы признаки успешных компаний?
4. Какие типы компаний вы знаете? Приведите примеры.
5. Какие пути оптимизации кадровой политики в компании вам известны?

Тема 4. Разработка и выпуск новой продукции на рынок.

1. Опишите жизненный цикл продукта. Детально расскажите о каждом этапе.
2. Какие стратегии разработки нового товара существуют? Приведите примеры.
3. Назовите основные причины провала новой продукции. Приведите примеры.
4. Объясните, как фирма принимает решение о том, какие именно товары необходимо создать.
5. Расскажите о том, какие виды испытаний в рыночных условиях предложили бы вы для следующей новинки: *средство по уходу за волосами фирмы «Клэрол»*.

Критерии оценки (в баллах):

3,33 баллов выставляется обучающемуся, если он правильно, аргументированно отвечает на все вопросы по каждой теме дисциплины, продемонстрировано беглость речи, знание терминологии, использование активной лексики курса, не было допущено ошибок в использовании грамматических конструкций; уровень освоения компетенций соответствует продвинутому уровню.

2, 5 балла выставляется обучающемуся, если он правильно отвечает на все вопросы по каждой теме дисциплины, продемонстрировано использование активной лексики курса, знание терминологии, были допущены незначительные ошибки в использовании грамматических конструкций; уровень освоения компетенций соответствует повышенному уровню.

1,5-1 балла выставляется обучающемуся, если он частично правильно отвечает на вопросы по каждой теме дисциплины, допущены ошибки в использовании грамматических конструкций, которые частично мешают пониманию; уровень освоения компетенций соответствует базовому уровню.

0 балла выставляется обучающемуся, если он не отвечает ни на один вопрос, не знает терминологию, использован ограниченный запас лексических единиц, допущено огромное количество ошибок в грамматических структурах.

Тематика групповой дискуссии

Индикаторы достижения: УК-4.2., УК-4.3.

Тема 3. Трудоустройство.

1. Провести анализ трех случайно выбранных резюме кандидатов на разные должности. Выполнить SWOT-анализ резюме. Обосновать решение по одобрению или отказе в дальнейшем рассмотрении кандидатуры.
2. Источники привлечения персонала на предприятие. Преимущества и недостатки внешних и внутренних источников привлечения кадров.
3. Составить сравнительную характеристику и провести анализ следующих методов отбора кандидатов: анкетирование, тестирование, собеседование.

Тема 5. Организация продвижения товаров и услуг, брэндинг

1. Особенности развития и запуска нового продукта в условиях насыщенного рынка товаров.
2. Использование Интернета в продвижении товаров на рынке.
3. Современные маркетинговые приемы, используемые компаниями, при запуске нового бренда.

Тема 6. Деловые переговоры

1. Культуры и уровни контекста. Особенности ведения переговоров представителей разных стран. Факторы, влияющие на формирование российского стиля делового общения.
2. Общая характеристика переговоров, их основные стадии. Основные этапы переговоров (замысел переговоров, подготовка к переговорам) Способы подачи позиции. Подходы и типы поведения на переговорах.
3. Принципы взаимодействия с партнером. Правила эффективного убеждения. Оценка персонального стиля влияния (тест). Невербальные средства общения. Язык тела, голосовые характеристики, тактильные сигналы и фиксированные зоны деятельности. Техника публичного выступления.

Тема 7. Старт-ап проект: разработка, финансирование и развитие

1. Роль глобализации в развитии экономики.
2. Бизнес и инновационные технологии
3. Преимущества старт-апа на примере проектов в Сколково.

Критерии оценки (в баллах):

- 2,5 балла выставляется обучающемуся, если выступление соответствует заданной теме, продемонстрировано умение чётко аргументировать свою точку зрения (без дополнительных вопросов), а также знание терминологии, синонимии, фразовых глаголов, идиоматических клише, использованы распространённые, логически связанные доводы, используемая лексика разнообразна, допущены незначительные грамматические ошибки, которые не препятствуют пониманию высказывания; уровень освоения компетенций соответствует продвинутому уровню.
- 2 балла выставляется обучающемуся, если выступление соответствует заданной теме, продемонстрировано умение аргументировать свою точку зрения (возможны дополнительные вопросы преподавателя), использованы распространённые ответы, используемая лексика

разнообразна, допущены незначительные грамматические ошибки, которые не препятствуют пониманию высказывания; уровень освоения компетенций соответствует повышенному уровню.

- 1,5-1 балл выставляется обучающемуся, если тема понята не полностью, доводы односложны, использована однообразная лексика, в ответе допущено значительное количество мелких лексико-грамматических ошибок; уровень освоения компетенций соответствует базовому уровню.

- 0 баллов выставляется обучающемуся, если тема не понята, не содержит логической и смысловой нагрузки, в ответе присутствует множество грубых грамматических ошибок.

Задания для текущего контроля

Комплект тестовых заданий

Индикаторы достижения: УК-4.2., УК-4.3.

Тема 2. Служебные функции и должностные обязанности.

Ex.1. Correct mistakes in this Financial Manager job description template.

Financial Manager job description

Job brief

We are looking for *the reliability* Financial Manager that *analyze* every day financial activities and *subsequent provide* advice and guidance *for* upper management *in* future financial plans.

The goal is *enabling* the company's leaders *making a* sound business decisions and *meeting* the company's objectives.

Responsibilities

- *Provides* financial reports and interpret financial information to *manager staffing* while *recommend* further courses of action.
- *To Advise* on investment activities and provide strategies that the company *must* take
- *Maintaining* the *finances* health of the organization.
- *Analyzes cost, price*, variable contributions, sales results and the company's actual *performances* compared *by* the business plans.
- *Development* trends and projections *to* the firm's finances.
- *Conducting* reviews and evaluations for *reduction cost* opportunities.
- *Overseeing* operations of the finance department, *setting* goals and *objective*, and design a *frameworks* for these to be met.
- *Management* the preparation of the company's budget.
- Liase *to* auditors to ensure appropriate *monitor* of company finances *maintained*.
- Correspond *on* various other departments, *discussion* company plans and *agreement* on future paths to be taken.

Requirements

- *Proved* experience as *the* Financial Manager
- Experience *on* the financial sector with previous possible roles *so that* financial analyst
- Extensive understanding *in* financial trends both within the company and general market patterns
- Proficient user of finance *hardware*
- Strong *interperson*, communication and *presentating* skills
- Able to *managing, guiding and leading* employees to ensure appropriate financial processes are being used

- A **solidity** understanding of financial statistics and **account** principles
- Working knowledge of all **statutorial** legislation and regulations
- BS/MA degree **on** Finance, Accounting or **Economy**
- **Profession** qualification such as CFA/CPA or similar **will consider** a plus

Ex.2. Make up your variant of Business Manager job description by using the job description template above.

Business Manager job description

Job brief _____

Responsibilities

Ex.3. Match the following words to make collocations:

1. Labor	a) board
2. Work	b) resources
3. Career	c) code
4. Staff	d) description
5. Dress	e) turnover
6. Notice	f) opportunities
7. Job	g) intensive
8. Human	h) force

Ex.4. Insert prepositions:

1. I work _____ Mr. Blake's authority.
2. Many students work _____ flexi-time.
3. People have to work _____ a living.
4. Enquirers should be provided _____ all details.
5. Job description is supplemented _____ job specification.
6. There are a number of applicants _____ this post.
7. References should be taken _____ applicants.
8. Short-listed candidates should be called _____ an interview.

Ex.5. Put the verbs in brackets into active or passive voice and the correct tense

1. We _____ (drive) down a quiet country lane when suddenly we _____ (overtake) by a police car.
2. It is very upsetting time for Aunt Mary. Her cat _____ (miss) for three days now.
3. The robbers _____ (catch) as they _____ (leave) the bank.
4. Our dustbins _____ (empty) on Mondays.
5. Mr. Taylor was furious with the newsagent because his Sunday newspaper _____ (deliver).

Ex 6. Complete the text by putting the adjectives in brackets into the correct form. This may be the base form (small), the comparative form (smaller) or the superlative form (the smallest).

One of (1) _____ (*simple*) forms of advertising is 'word-of-mouth' promotion. If a product is really (2) _____ (*good*) then people naturally want to talk about it, and to tell others that this product is (3) _____ (*good*) or (4) _____ (*tasty*) or (5) _____ (*cheap*) than anything else similar on the market.

This kind of 'word-of-mouth' recommendation by a (6) _____ (*trusted*) and (7) _____ (*respected*) friend is (8) _____ (*believable*) than the same recommendation heard on a TV or radio commercial. It is quite probably (9) _____ (*old*) and (10) _____ (*powerful*) form of advertising that exists.

Ex 7. Join the pairs of sentences to make one sentence. You must include the word under the sentences in the new sentence and change the grammar as necessary.

1 We worked in the same office before. Now we don't.

Used _____

2 She worked as a café singer. At that time she changed her name to Coco.

When _____

3 I became interested in fashion. I worked in a department store at the time.

While _____

4 He didn't like talking to the customers before. Now he does.

Use _____

5 I was very calm before. Now I'm not.

used _____

Ex 8. Write the definitions of the words or word-combinations

- Charisma
- Eloquence
- Challenging job
- Underrated actress
- Work-life balance
- Assertive

Ex 9. Use relevant tenses of the verbs.

1. Last year, the sector _____ (**lose**) more than half a million days to strike action, the worst in its two-decade history. This year _____ (**to be**) even worse.
2. Since the July vote the Cambodia National Rescue Party _____ (**hold**) regular rallies.
3. In Cambodia, tens of thousands of garment workers _____ (**go**) on strike.
4. The government says the policy of limiting families to one child _____ (**avert**) 400 million births since 1980.
5. The government _____ (**try**) to win it back since a siege.

Ex 10. Write an email based on the following brief. Write about 50 words.

Your colleague Emilia is having an appraisal tomorrow. She has just emailed you to ask how your appraisal went this morning. You had a long conversation with her yesterday about your strengths and

weaknesses, and she's interested to know what you actually said about yourself.

Write an email to Emilia

- thanking her for her email
- telling her generally how your appraisal went
- telling her which of your strengths and weaknesses you talked about
- wishing her luck.

To: Emilia
Cc:
Subject: Re: Your appraisal
Dear Emilia

Тема 5. Организация продвижения товаров и услуг, брэнддинг.

Ex.1. A. Look through the list of media used in advertising. These are the most common types of advertising media available to a company.

Printed material: brochures, leaflets, catalogues, flyers, inserts;

Press: newspapers, magazines;

Broadcasting: TV, cinema, radio;

Electronic: Internet (e.g. websites and e-mail);

Display: posters, hoardings (BrE)/billboards (AmE), public transport, point of sale

Others: trade fair, sponsorship, word-of-mouth, packaging

B. Match the words with their definitions.

1. brochure	a) an exhibition where companies in a particular industry display their products to potential buyers
2. catalogue	b) a folded sheet of printed paper
3. flyer	c) money given by a company for sports, for the arts, or for some other events, in order to gain publicity
4. insert	d) a small booklet
5. leaflet	e) a large board for displaying poster alongside roads
6. billboard	f) a book containing details of items for sale
7. trade fair	g) advertising material which is delivered inside a newspaper as a separate sheet
8. sponsorship	h) a small piece of paper, often delivered to homes

Ex.2. Fill the gaps with the words or word combinations in brackets (brief, medium (media), advertisements (ads), account, advertising agencies, advertising campaign, budget).

1. With this ___ we can't even consider TV commercials.
2. The choice of ___ open to us is limited by the budget.
3. ___ in the national press for computer systems have been effective.
4. He works for one of the big ___ in New York.
5. The client's ___ stated that the advertising should target the 18-35 age group.
6. The ___ was launched on the 5th of May.
7. He is responsible for the Darcy ___.

Ex.3. Fill the gaps with the words in brackets (leader, brands, product portfolio, own-label brands, branding, packaging, product launch, market research, brand switchers, family brands, brand loyalty).

1. Levi's is one of the best-known ____ of jeans.
2. The ____ was covered by the regional press.
3. In the war between the major soap-powder producers, ____ has been a major factor.
4. Decisions about ____ affect our investment in promotion and packaging.
5. Sales promotions are particularly effective in attracting ____.
6. ____ now account for a large proportion of the supermarket's turnover.
7. The marketing department will specify the type of ____ that will appeal to prospective customers.
8. Microsoft is one of the world's best-known ____.
9. We need to take a look at our ____, and improve our offer of low-priced units.
10. The ____ involves obtaining information about what consumers want or need.
11. The market ____ is the best-selling product or brand.

Ex.4. Fill the gaps in the sentences with the words in brackets (developer, creative, opportunities, efforts, rapidly, marketing, producer, commercials, messages, effective, competence, consumer, research, advertisements, salesmen, media, management, sales, agencies, advertising, backgrounds, brand).

Careers in Advertising

Careers in advertising may involve working for advertisers, media, advertising 1, or suppliers and special services. In opinion of American specialists, at most, only 35 colleges and universities in the USA have effective programs of 2 education. Fewer than 10 offer any truly significant amount of graduate work in advertising. However, advertising draws people from a variety of educational 3.

Advertisers. Most companies that advertise extensively have advertising managers, or 4 managers. Because these people help to coordinate the company's advertising program with its 5 program and with the company's advertising agency, they must have aptitudes for both advertising and 6.

Media. All 7 use salesmen to sell advertising space or broadcasting time. Media 8 must be knowledgeable about business and skilled in salesmanship.

Advertising agencies. A variety of specialists is required in an advertising agency because it develops advertising programs, prepares 9, and places them in media. Those interested in advertising 10 and fact gathering should know both statistics and 11 psychology. 12 in media planning and evaluation is essential for a career in media. The media buyer must identify and determine the most 13 media in which to expose the advertising 14, and purchase space or time in these media.

Copywriting requires 15 writing skills and ability to visualize ideas. The copywriter is a 16 of advertising ideas and messages. *Layout, typography, and visualization* are essential for those in art, both for print advertising and for television 17. Experience in "show business", dramatics, photography, music, playwriting, and allied fields are excellent backgrounds for the television 18.

Supplies and special service such as 19 research organizations, television and radio producers, film producers, art studios, photographers, and product and package designers support advertising.

Job prospects. More than 0.1% of the U.S. population work in advertising, but their numbers are expected to grow 20. Opportunities for rapid advancement are generally greater in advertising than in most other industries. How rapidly a person moves up in responsibilities and pay is based largely on his own 21, more than on age or length of employment. For women, 22 in advertising – at least in advertising agencies and in retailing – tend to be greater than in most other business enterprises.

Ex.5. Correct the identified mistakes in the article 'New product development'

New product development

New product development (NPD) is the process of bringing a new product **up** the marketplace. Your business may need to engage **by** this process due **on** changes in consumer preferences, increasing competition and advances **on** technology or to capitalise **for** a new opportunity.

Innovative businesses thrive **by** understanding what their market wants, **make** smart product improvements, and **develop** new products that meet and exceed their customers' expectations.

'New products' can be products that your business never **made** or sold before but have been taken to market by others product innovations created and brought **in** the market for the first time. They may be **complete** original products, or existing products that you have modified and improved.

NPD is not limited to existing businesses. New businesses, **solely** traders or even **freelances** can forge a place in the market by researching, developing and introducing new or even one-off products. **Similar**, you don't need to be an inventor to **mastering** NPD. You can also consider **purchase** new products **with** licensing or copyright acquisition.

Ex.6. Translate into English

Вывод продукта на рынок.

1. Стадия вывода продукта на рынок и стадия продаж описывается жизненным циклом товара, поскольку выведенный на рынок продукт становится товаром.
2. Настоящее время характеризуется значительным сокращением общей длительности жизненного цикла товара на рынке.
3. Основными факторами этого ускорения являются высокая конкуренция в большинстве отраслей, а также открытость информации.
4. Это приводит к тому, что новый продукт, выведенный на рынок, очень быстро устаревает.
5. Цена на него при этом падает ниже себестоимости, и только вывод на рынок нового продукта возвращает компании прибыль.
6. В настоящее время утилизация также считается частью жизненного цикла продукта, и часто обязанности по организации утилизации продукта после его использования возлагаются на производителя. Это связано, в первую очередь, с возникновением экологических проблем.
7. Уровень прибыли компании обычно максимальна стадии роста, а уровень продаж — на стадии зрелости.
8. В последнее время, как правило, компании стараются выводить на рынок новые товары как можно чаще, что приводит к существенному сокращению длительности товарных циклов и, соответственно, к более сжатым срокам разработки продукта.

Ex.7. Find mistakes in options (A-O) and match the correct options with relevant question in the 'Innovation readiness quiz'

1. Why do you want to innovate?

- A. Have conducted a feasibility study
- B. To improve profits and increase sales
- C. Formal protection is in place (e.g. patent, trade mark)

2. Do you know your idea will work?

- D. To be more productive and competitive in new markets
- E. Have built a prototype
- F. Idea is functional but design could be improved

3. Is your idea well developed?

- G. Have conducted proof of concept
- H. Have consulted and sought advice
- I. Haven't yet completed detailed scoping

4. Is your idea designed to be functional?

- J. Have designed your concept to optimise performance
- K. Not sure at this stage
- L. Idea will work but is not well designed

5. Is your intellectual property well protected?

- M. To develop a good idea
- N. Have consulted and are considering options
- O. Haven't considered IP protection

Ex.8. Set into order the main steps (1-9) of product launch process(a-i).

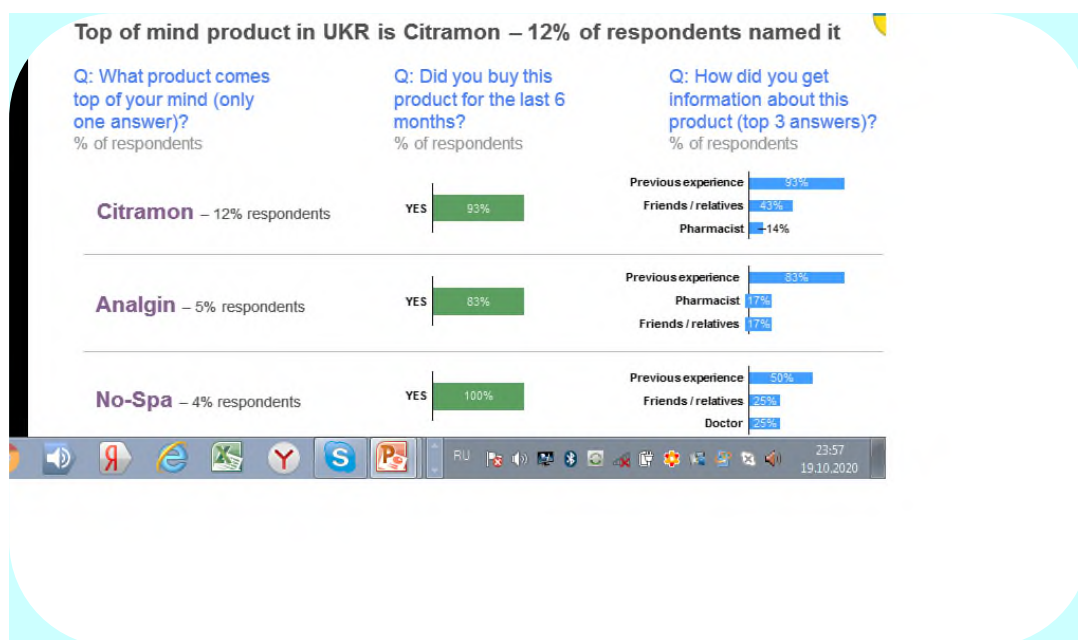
The main steps to have a successful product launch process are as below:

1. Website:
2. Advertise:
3. Slogan & timeline:
4. Consulting a public relations firm:
5. Analyse competitors:
6. Product Sheet:
7. Target segment:
8. Press Conference:
9. Packaging:

All these steps in the product launch process are important in ensuring that a brand is launched effectively in the market.

- a. The first step in the product launch process is to accurately identify the target audience which needs to be addressed in the target market.
- b. The second step involves designing the product packaging which is unique and different.
- c. The third step in product launch process is to define a time-line which needs to be followed during the product launch. Also, effective marketing slogans and taglines have to be prepared to attract customers.
- d. Product launch process involves consulting public relations companies to ensure an effective marketing plan to reach out to a wider audience.
- e. This is the most important step in product launch process. Placing ads in several media outlets in order to maximize the reach. Online ads can also be useful.
- f. Creating a product sheet having the list of product features is important for product launch process. This sheet would explain the product to the customers and make it capable for purchase.
- g. The next step involves understanding the current competitor strategy and their marketing effectiveness.
- h. Launching a website of the company, product or brand (if it is not existent). If it is existing, it needs to be revamped & updated.
- i. Finally hold a press conference addressing the media about the product features, company goals behind it and what is the addressed need.

Ex. 9. Look through the survey results and answer 3 questions by using statistic data on the presentation slide.



Ex.10. Put questions to the *italics* words in the sentences describing Strengths in the SWOT Analysis of Nike.

Below are the Strengths in the SWOT Analysis of Nike:

1. Nike is the world's leading *brand for sports shoes and apparel* having a a global presence including USA, UK, Asia and most of the countries across the world
2. Nike differentiates by making innovative products *which has global recognition*.
3. Effective business relationship-building is done by the company globally which has help its *brand equity*.
4. It has launched many other products *in collaboration with companies* e.g. launched music player, Nike watches etc.
5. Nike is a leading 'top of the mind' brand with excellent *innovative advertising and branding*.

Критерии оценки (в баллах):

- 3 балла выставляется обучающемуся, если тест по каждой теме выполнен в полном объеме (85 и более %), продемонстрирован высокий уровень владения лексикой, терминологией, грамматикой; уровень сформированности компетенций соответствует продвинутому уровню;
- 2 балла выставляется обучающемуся, если тест по каждой теме выполнен по большей части (70-84%), продемонстрирован хороший уровень владения лексикой, терминологией, грамматикой; уровень сформированности компетенций соответствует повышенному уровню;
- 1,5 балла выставляется обучающемуся, если тест по каждой теме выполнен наполовину (50-69%), продемонстрирован базовый уровень владения лексикой, терминологией, грамматикой. Уровень сформированности компетенций соответствует базовому уровню;
- 1-0,5 балла выставляется обучающемуся за тест по каждой теме, если тест выполнен в объеме меньше половины (до 50%), продемонстрирован базовый, с ошибками, уровень владения лексикой, терминологией, грамматикой; уровень сформированности компетенций соответствует базовому, с ошибками, уровню;
- 0 баллов выставляется обучающемуся, если тест не выполнен вообще.

Деловая игра

Индикаторы достижения: УК-4.2., УК-4.3.

Тема 4. Разработка и выпуск новой продукции на рынок

Деловая игра «Разработка продукта»

Цель игры - Научиться работать в коллективе, приобрести навыки публичного выступления, презентации своих разработок, развить творческие способности, принимать решения, которые будут наиболее выгодными для фирмы - заказчика.

Порядок проведения игры

Четырем рекламным агентствам предлагается разработать план внедрения на рынок модной молодежной одежды зарубежной марки «Алекс», а именно:

1. Дать психологическую характеристику человека, который олицетворяет марку в Восточной Европе.
2. Придумать логотип компании, «Алекс» девиз и фирменное сочетание цветов, предложить идеи по оформлению зала магазина.
3. Выбрать интересные, необычные идеи по обслуживанию клиентов.
4. Предложить план распределения торговых точек по г. Москве, обосновать свою позицию, пользуясь таблицей, в которой приведены затраты на различные мероприятия, связанные с открытием магазина и проведением рекламной кампании.
5. Разработать план рекламной кампании, указать с помощью 5. каких средств она должна осуществляться.

Регламент игры

Оглашение правил игры и раздача материала — 5 мин.

Обдумывание задач — 20 мин.

Выступление каждой группы — 5 мин.

Подведение итогов игры и оглашение результатов — 5 мин.

Задача. Не превысить бюджет на открытие магазина и проведение рекламной кампании, который составляет \$ 350 000.

После разработки плана, каждая группа выступает в полном составе, участие принимают все члены команды.

Критерии оценки. В начале игры выбирается жюри, которое оценивает и подводит итоги.

Наименование затрат	Стоимость	Примечания
Открытие крупного магазина	\$ 300 000	Площадь магазина — 1500 м ² ; Годовая чистая прибыль — \$ 100 000
Открытие малого магазина	\$ 130 000	Площадь магазина — 300 м ² ; Годовая чистая прибыль — \$ 42 000
Покупка и переоборудование уже существующего магазина	\$ 120 000	Площадь магазина — 200 м ² ; Годовая чистая прибыль — \$ 35 000
Проведение рекламной кампании на ТВ (6 месяцев)	\$ 35 000	Съемки роликов — \$ 9000; Оплата эфирного времени — \$ 24 000; Эффективность — очень высокая
Проведение рекламной кампании на радио (6 месяцев)	\$ 21 000	Съемки роликов — \$ 1000;

Проведение рекламной кампании с помощью наружной рекламы (6 месяцев)	\$ 15 000	Оплата эфирного времени — \$20 000; Эффективность — высокая Разработка дизайна — \$ 1500; Аренда рекламных щитов — \$ 13 500; Эффективность — средняя
Реклама в журналах и газетах (3 месяца)	\$ 9000	Разработка дизайна — \$ 1000; Аренда рекламных щитов — \$ 8000; Эффективность — высокая

Ваш бюджет: \$ 350 000, он складывается из суммы на открытие магазина(-ов) и суммы на проведение рекламной кампании. Расходовать больше обозначенной суммы нельзя, меньше — можно.

Раздаточный материал

(Обсуждение всех пунктов в группе проходит коллективно, но во время выступления группы по каждому вопросу докладывает отдельный участник группы, пункты среди участников группы распределяются самостоятельно):

1. Каким Вы видите лицо марки модной молодежной одежды 1. Alex в Восточной Европе, дайте подробную психологическую характеристику. Приведите пример известного человека, который мог бы олицетворять марку. Разработайте логотип компании, девиз (не более 7 слов, 2. включая название марки Alex) и фирменное сочетание цветов, предложите свои идеи по оформлению торгового зала магазина.
2. Выработайте интересные, необычные идеи по обслуживанию 3. клиентов, например поздравление с днем рождения постоянных клиентов, чашечка кофе при обслуживании клиента в магазине по его просьбе и так далее.
3. Какое количество магазинов марки Alex, и какой площади сле4. дует открыть в г. Москве? Обоснуйте свою позицию, пользуйтесь приведенной выше таблицей. Как Вы видите рекламную кампанию марки Alex в России, с помощью каких средств она должна осуществляться? Обоснуйте свою позицию, пользуйтесь приведенной выше таблицей. Подсчитайте ваши суммарные затраты на открытие магазина и проведение рекламной кампании и примерный срок окупаемости.

Оценка действий участников игры:

Баллы: за использование речевых этикетных формул, за использование профессиональных терминов, за использование речевых тактик.

Штрафные баллы: за несоблюдение речевого этикета, грамматические ошибки, речевые ошибки, некорректный вопрос, излишнюю эмоциональность, неправильное использование профессионального термина

Тема 6. Деловые переговоры.

Деловая игра «ДЕЛОВЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ»

Цель игры – выработать навыки проведения совещаний и переговоров, совместного решения проблем.

Игрокам необходимо проявлять стремление к сотрудничеству, лояльность и в то же время умение отстаивать свою точку зрения. Нежелательно проявление таких качеств, как противоборство, упрямство. Выступления игроков должны обладать смысловой точностью, быть логически построенными и выразительными. Излишняя эмоциональность, грубость во время проведения переговоров и совещаний будут облагаться штрафами. Игрокам также следует избегать применения в речи слов-паразитов.

В ходе игры участники делятся на две группы по 6 чел., одна из которых проводит переговоры, а другая – совещание.

Переговоры проводятся между двумя предприятиями – российским комбинатом по производству полиграфического оборудования и немецкой компанией того же профиля – о создании совместного предприятия. Немецкое предприятие будет поставлять детали, российское – производить сборку печатных машин. Перед участниками переговоров стоит *задача* – договориться о взаимовыгодных условиях создания совместного предприятия. По завершении перегово-ров участники заключают соглашение о создании совместного предприятия, в котором отражаются основные условия.

Совещание проводится между сотрудниками новой типографии. Председательствует директор. В повестку делового совещания включен следующий вопрос: формулировка миссии организации и установление долевого состава специального фонда (социальные нужды; маркетинговые исследования; выставки, презентации, рекламные кампании; различные материальные поощрения). По результатам совещания заполняется протокол, который подписывается директором.

В ходе деловой игры участники выполняют тесты на умение вести деловую беседу, переговоры, определение тактики ведения переговоров, терпимость. Это поможет игрокам лучше понять себя, выявить свои достоинства и недостатки, решить, в чем им необходимо совершенствоваться.

ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ

В начале игры ведущие объясняют ее правила. Игрокам предлагается вытянуть по одной карточке, на которой написана роль каждого участника и номер группы (1 или 2).

Группа № 1. Переговоры о создании совместного предприятия

Подгруппа «Немецкая компания по производству полиграфического оборудования»

Цель переговоров – добиться для своей команды наиболее выгодных условий, но, тем не менее, постараться достичь компромисса.

Ваша цель как игроков – максимально раскрыть и проявить свои способности к переговорам.

Ваша компания существует уже более 50 лет, она хорошо зарекомендовала себя на внутреннем и мировом рынке, имеет не-сколько совместных предприятий в разных точках мира. Вы успешно существуете и постоянно расширяете и обновляете свое производство. Вы поставляете продукцию в свою страну, а также занимаетесь экспортом производимого оборудования во многие государства. В России нуждаются в качественной полиграфической технике, но не многие типографии могут за нее заплатить. Создание совместного немецко-российского предприятия по производству полиграфической техники позволило бы увеличить объемы реализуемого на российском рынке оборудования. Вы сможете уменьшить себестоимость производимой вами продукции за счет более дешевой рабочей силы, сырья, сокращения транспортных расходов. Создавая рабочие места, фирма хорошо зарекомендует себя в стране.

Вы хотите образовать совместное предприятие с российским комбинатом по производству полиграфического оборудования. В советское время это было процветающее и довольно крупное предприятие, но за время рыночных реформ и преобразований дела значительно ухудшились. Не проводилось перевооружение основных фондов, средств на финансирование научных разработок в области модернизации выпускаемого оборудования не хватало, объемы реализации уменьшились, из-за задержек заработной платы многие квалифицированные специалисты покинули комбинат. Российское предприятие также заинтересовано в партнерстве с вами.

Роль: директор российского комбината

Роль директора возлагает на вас большую ответственность. От вас лично во многом зависит общее впечатление, которое сложится у предполагаемых партнеров о фирме.

Участники немецкой стороны должны услышать не только ваше мнение, поэтому предоставляйте возможность высказываться всем членам своей команды.

В задачи директора входит:

- 1) подготовить вступительную речь на 2–3 мин (ваша цель, состояние предприятия на данный момент, ваши предложения и т. д. – одним словом, вы должны заинтересовать партнера);
- 2) предоставлять слово своим заместителям и контролировать их выступления;
- 3) по окончании переговоров вместе с директором немецкой компании заполнить соглашение о создании совместного предприятия по производству полиграфического оборудования.

Роль: заместитель директора по коммерческой части российского комбината

Ваши задачи на переговорах состоят в следующем:

- 1) подготовить небольшую вступительную речь (2–3 мин);
- 2) охарактеризовать вашу долю в уставном капитале совместного предприятия;
- 3) обсудить ваш процент прибыли, которую будет получать предприятие.

Роль: заместитель директора по производству и персоналу российского комбината

В ваши задачи на переговорах входит:

- 1) подготовить вступительную речь о состоянии производственных фондов и персонала – 2–3 мин (вы должны объяснить, почему заинтересованы в партнерстве с немецкой компанией);
- 2) сообщить, на чем будет основано ваше сотрудничество (например, получение лицензии на выпуск оборудования, поставка вам комплектующих деталей из Германии или же производство их в России, предоставление современного оборудования и т. д.);

3) огласить ваши предложения по поводу рабочих в совместном предприятии (доля российских и немецких работников, возможность стажировки российских специалистов в Германии, так как работники будут осваивать новые машины, и т. д.);

4) рассказать об аппарате управления предполагаемого совместного предприятия (кто будет участвовать в управлении и в каком соотношении – можно в процентах).

Группа № 2. Проведение делового совещания на тему «Миссия фирмы и назначение специального фонда»

Цель совещания – прийти к общему мнению по обсуждаемым вопросам.

Ваша цель как игроков – максимально раскрыть и проявить свои способности к проведению совещаний. Совещание проводится в два этапа. Сначала все высказывают свои предложения по первому вопросу, происходит обсуждение, выбор лучшего предложения. Далее начинается обсуждение второго вопроса.

Роль: директор

Вы являетесь директором новой типографии. Вам необходимо сформулировать миссию фирмы и решить, в каком соотношении (%) будут тратиться средства специального фонда. Для этого вы собираетесь провести совещание, на которое будут вынесены следующие вопросы:

1) формулировка миссии организации;

2) долевой состав специального фонда (%):

– на социальные нужды;

– маркетинговые исследования;

– выставки, презентации, рекламные кампании;

– различные материальные поощрения.

Вы должны внимательно выслушать предложения всех сотрудников, затем можете высказать свою точку зрения по данному вопросу, а дальше начинать обсуждение. Внося свои предложения, не следует давить на подчиненных.

На совещание отводится до 30 мин, поэтому вам необходимо заранее продумать, сколько времени вы можете отдать на обсуждение каждого вопроса. Учтите, что второй вопрос емкий и его обсуждение, скорее всего, займет больше времени.

В ваши обязанности входит следить за дисциплиной на совещании. От вас во многом зависит, как пройдет совещание, на вас возлагается большая ответственность. Не рекомендуется допускать паузы во время совещания: оно должно быть оперативным. Необходимо направлять своих подчиненных на достижение компромисса по спорным вопросам. Если обсуждение зашло в тупик, а время, отведенное на этот вопрос, заканчивается, вы можете прибегнуть к голосованию и таким образом выбрать лучший вариант.

По окончании совещания вы должны подвести итог и сообщить о принятых решениях.

Роль: сотрудник (5 экз.)

Вы только что устроились на работу в новую перспективную типографию, построенную и оборудованную по мировым стандартам. Вы давно о таком мечтали, поэтому стараетесь как можно лучше выполнять поручаемые задания, хотите зарекомендовать себя перед сослуживцами и руководством в качестве перспективного и незаменимого сотрудника. Вам предоставляется отличный шанс: фирме необходимо сформулировать миссию, распределить средства специального фонда, в связи с чем будет проведено совещание. Вам предложили в нем участвовать, и это хорошая возможность проявить себя.

Вам следует тщательно подготовиться к совещанию: составить доклад, продумать аргументацию предложений.

Доклад должен содержать:

1) формулировку миссии организации;

2) долевой состав специального фонда (%):

– на социальные нужды;

– маркетинговые исследования;

– выставки, презентации, рекламные кампании;

– различные материальные поощрения.

Если на совещании будет выбрано ваше предложение хотя бы по одному вопросу – это большой плюс для вас. Поэтому вы должны тщательно подготовиться и во время совещания активно отстаивать свою точку зрения.

Оценка действий участников игры:

Баллы: за использование речевых этикетных формул, за использование профессиональных терминов, за использование речевых тактик.

Штрафные баллы: за несоблюдение речевого этикета, грамматические ошибки, речевые ошибки, некорректный вопрос, излишнюю эмоциональность, неправильное использование профессионального термина

Критерии оценки (в баллах):

- 2,5 балла выставляется обучающемуся (члену группы) по каждой теме, если в процессе игры продемонстрированы глубокие знания дисциплины, даны логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы; способность осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать командную стратегию для достижения поставленной; предлагает собственные варианты решения проблемы; уровень освоения компетенций соответствует продвинутому уровню.

- 2 балла выставляется обучающемуся (члену группы) по каждой теме, если в процессе игры продемонстрированы достаточно глубокие знания дисциплины, профессиональных терминов; даны содержательные, правильные и конкретные ответы почти на все вопросы; использованы речевые этикетные формулы, речевые тактики; уровень освоения компетенций соответствует повышенному уровню.

- 1 балл выставляется обучающемуся (члену группы) по каждой теме, если в процессе игры продемонстрированы базовые знания дисциплины, даны правильные и конкретные ответы почти на все вопросы; допущены незначительные лексические и грамматические ошибки; несоблюдение речевого этикета; уровень освоения компетенций соответствует базовому уровню.

- 0 баллов выставляется обучающемуся (члену группы), не принимавшему участие в работе группы или группе, не справившейся с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки.

Ролевая игра

Индикаторы достижения: УК-4.2., УК-4.3.

Тема 1. Обучение и развитие персонала.

Ролевая игра «ТЕМНАЯ ЛОШАДКА»

Цель игры – освоить приемы ведения деловой беседы; разработать должностные требования к кандидатам на вакантную должность; оценить личностно-деловые качества кандидата.

Основная задача работодателя – выявить подлинное «лицо» каждого из претендентов и не допустить ошибки в их оценке.

Основная задача претендентов – приложить все усилия, чтобы быть принятым на должность, а также не дать поймать себя на вопросе и разоблачить.

ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ

На первом этапе формируются рабочие группы. Играющие в количестве 16 чел. делятся на три группы по 4 чел., каждая из которых представляет собой самостоятельную фирму и имеет директора, менеджера по персоналу и начальника отдела кадров. Остальные четыре игрока являются претендентами на вакантную должность. После окончания жеребьевки фирмы и кандидаты получают раздаточный материал, с которым начинают работать.

На втором этапе идет подготовка к деловой беседе. Следует учесть, что в процессе игры каждому кандидату предстоит сыграть свою роль, в соответствии с которой он будет общаться с работодателями. Ведущий объясняет каждому кандидату суть его роли, причем в интересах игры ни один кандидат не знает, какие роли исполняют другие кандидаты, равно как и работодатели знают только типы кандидатов, но каждого в отдельности им предстоит угадать.

Кандидату выделяется время на подготовку, в течение которого он должен также заполнить резюме, которое потребуется для оценки его деловых качеств (см. «Раздаточный материал»).

Пока кандидаты готовятся к деловой беседе, каждая фирма разрабатывает требования и вопросы к кандидату. Чтобы правильно настроиться на деловую беседу, работодатели должны заранее определить свои подходы к отбору претендентов на вакантную должность. Для этого директору фирмы предлагается ответить на тест (табл. 6): он позволит направить вопросы к претенденту в нужное русло и избежать траты времени (см. «Раздаточный материал»). Однако эти вопросы не следует механически копировать в беседе с кандидатом, тем более что в тесте представлены далеко не все «каверзные» вопросы. Заполненный тест передается ведущему, и результаты его оглашаются в конце игры.

В ходе беседы надо также оценить деловые качества кандидатов. Поэтому менеджер по персоналу каждой фирмы заполняет «Требования к кандидату» (см. «Раздаточный материал»), в которых указываются должность, квалификация и некоторые особенности будущей работы. При заполнении требований нужно обратить особое внимание на пункт «Тип руководства, предпочтительный для кандидата». Для этого каждая фирма получает лист «Типы руководства».

Для результатов беседы особенно важно, какое впечатление о кандидате составят представители фирмы. Поэтому руководители отдела кадров получают «Карту отбора претендентов» – заполнять ее будут уже в процессе беседы. Карта содержит девять факторов отбора, но все фирмы могут определить только те из них, которые представляют для них важность и, по которым будут непосредственно оцениваться кандидаты. При желании руководитель отдела кадров может суммировать очки по каждому фактору и для каждого кандидата отметить эту сумму. Карта отбора позволит по окончании деловой беседы подвести итоги по всем кандидатам.

Затем проводится беседа с претендентами и работодателями. На этом этапе каждый кандидат должен пройти собеседование во всех фирмах. В начале деловой беседы он отдает заполненное резюме менеджеру по персоналу, который отмечает соответствие деловых качеств и подготовки кандидата требованиям, разработанным на предыдущем этапе. Затем директор фирмы задает кандидату ряд вопросов, на которые тот должен ответить. В то же время руководитель отдела кадров заполняет карту отбора претендентов, руководствуясь ответами кандидатов. Представителям фирмы необходимо обратить внимание на то, что будет говорить кандидат, и особенно – как он будет говорить. Поведение кандидатов имеет важное значение, так как каждый из них все-таки играет определенную роль и не может слишком от нее отклоняться. В то же время кандидаты будут стараться не разоблачить себя, поэтому перед работодателями стоит сложная задача. Их выбор будет зависеть не только от собственных способностей к оценке, но и от того, насколько хорошо была сыграна та или иная роль.

На заключительном этапе оценки кандидатов каждая фирма подводит итоги. При этом учитываются ответы кандидатов, общее впечатление о каждом из них и результаты заполнения формы «Требования к кандидату» и табл. 7. Каждая фирма устраивает закрытое совещание и выносит окончательное решение, которое в письменном виде передается ведущему. Затем ведущий оглашает результаты игры. Фирма, которая угадала больше всего кандидатов, считается выигравшей. Можно сделать вывод, что у этих участников имеются навыки психологической диагностики. Кандидат, которого не смогла угадать ни одна фирма, также выигрывает.

Критерии оценки (в баллах):

- 4-3 балла выставляется обучающемуся (члену группы), если в процессе игры продемонстрированы глубокие знания дисциплины, даны логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы; способность осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать командную стратегию для достижения поставленной; предлагает собственные варианты решения проблемы; уровень освоения компетенций соответствует продвинутому уровню.

- 2-1,5 балла выставляется обучающемуся (члену группы), если в процессе игры продемонстрированы достаточно глубокие знания дисциплины, профессиональных терминов; даны содержательные, правильные и конкретные ответы почти на все вопросы; использованы речевые этикетные формулы, речевые тактики; уровень освоения компетенций соответствует повышенному уровню.

- 1 балл выставляется обучающемуся (члену группы), если в процессе игры продемонстрированы базовые знания дисциплины, даны правильные и конкретные ответы

почти на все вопросы; допущены незначительные лексические и грамматические ошибки; несоблюдение речевого этикета; уровень освоения компетенций соответствует базовому уровню.

- 0 баллов выставляется обучающемуся (члену группы), не принимавшему участие в работе группы или группе, не справившейся с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки.

Кейсы

Индикаторы достижения: УК-4.2., УК-4.3.

Тема 3. Трудоустройство.

Кейс. «Внедрение программного обеспечения по подбору кадров».

Case. Recruitment Software. We want to implement an ATS system or recruitment software! But why? Now that we know the why and the what, let's look at the outcomes of implementing ATS and recruitment software as our solution. A common issue that occurs amongst Executives, HR managers, and recruiters is dissatisfaction with their service level agreements (SLA). Meaning, recruiters don't meet the expectations set by managers. This is probably a driving factor for you reading this business case. How does this happen? For example, HR managers might set a time-to-recruit timeline that is unattainable with the current recruitment process... but on their end they're getting their part done within a few days so they can't understand why their employees can't also get their parts done on time. Executives then question if there is a problem with their productivity and work ethic. Let's look at it like this... it's in the best interest of the company and managers that the vacant seat is filled ASAP. *I repeat*, ASAP. Whilst the seat is vacant, productivity is lower, workflow efficiency is lower and there is a greater risk of lower profits. Therefore, problems arise when recruiters can't fill the seat as quickly as they'd like. How does recruitment software fix this? The shared capabilities, as discussed above, allow collaboration which reduces time-to-hire through employees having access to the platform anywhere and at any time. Gone are the days of print, sign, scan and send... you can create and complete an e-form in minutes, and have it *approved in minutes* instead of days. Video interviews are also crucial in modern recruitment processes...before phone screening, you know who your candidates are, what they can do for your business and if they'll be the right cultural fit. Therefore, you refine your candidate selection before wasting time on phone screening tasks and hour long interviews of unsuitable candidates. As well as reducing time spent on unsuitable candidates, the process of onboarding and recruiting suitable candidates is quicker.

Problem. Why are you considering implementing an Applicant Tracking System or Recruitment Software? Maybe you're using an outdated software, or still primarily paper based (which pains me to say). Regardless of what your current recruitment process is, you believe it could be more efficient. Whether that be less time consuming or less costly, you've recognised there is potential to **improve** and **update** your recruitment process. Your problem is this: "The way in which my company and I recruit and onboard new candidates is outdated, time consuming and unnecessarily costly; therefore inefficient."

Objectives. If you're thinking about purchasing a recruitment software, or ATS, you must create objectives and goals! Why do you want to implement an ATS system? What do you want to get out of it? For this business case, I've created the following objectives; To implement measurability and accountability amongst HR professionals, executives and recruiters

1. To encourage collaboration amongst HR professionals, executives and recruiters
2. To reduce time to hire, and increase satisfaction of service level agreement
3. To quicken the recruitment process and be digital friendly for a remote workforce

These objectives solve the problem your business is currently facing by positively influencing the efficiency of the business, and the successfulness of your recruitment.

Solutions. We've acknowledged our recruitment process is outdated and not ensuring maximum productivity and workplace efficiency. Therefore, we're considering our options and looking at how to better our recruitment systems. We want our new recruitment process to:

1. Be measurable and hold hiring personnel accountable
2. Encourage collaboration
3. Increase recruitment efficacy and reduce time to hire
4. Be digital due to new remote working conditions

Outcome1- Increased Collaboration. e.g. Arguments: A recruitment software encourages collaboration between HR, recruiters and the executives. How? It shortens the communication channels and allows multi users, whilst also allowing each user to have **A PERSONALISED ROLE**. That means *their* platform is customized to *their* role... I'll break it down and give you an example. The executives, *what do they do?* They sign off on HR activities, such as a request-to-recruit. They *don't need* to see the brainstorm and process behind the idea development, they only need to see the finalised outcome. Therefore, when they log into the recruitment software they see **ONLY** what's relevant to them. Their platform and the recruiters platform will look different, but store the same data. Whilst their platform is customised, it's not limited! Recruiters, HR and Executives can share information with one another regardless of their customized role...

Outcome 2 – Strengthened Service Level Agreement. Arguments: _____

Outcome 3 – Positive Candidate Experience. Arguments: _____

Outcome 4 – End-to-End Data Integration. Arguments: _____

Results. Recommend the best solution and back it up. _____

Тема 7. Старт-ап проект: разработка, финансирование и развитие.

Кейс. «Старт-ап».

Case1. Start-up company

A start-up company OTC Tech making diagnostic test kits is looking for ways to grow its business. The company was born out of a personal experience. The need for a routine test entailed a week-long wait to see the family doctor, followed by a trip to the hospital for the test, and finally the results were received over the telephone. The whole process took three weeks. In the end, it just seemed that life would be easier for all concerned if patients had easier access to such tests. There are many good reasons for people to take control of their own health, and OTC Tech can help by providing people with home-test kits. Their range of products includes a cholesterol test, diabetes tests and allergy testing. Growth of OTC has been consistent over the first couple of years, but a little slow. The company directors recently hired a consultant to help them decide how to develop the business.

Dilemma. They are going to hold a meeting to consider the pros and cons of all the options for growth. Which ones are low risk and which are high risk? And which options are best for the company?

Options: Increase the frequency of purchase and maintain customer loyalty; Diversify and start to sell new, related products that potential customers currently buy from their competitors; Find new distribution channels, e.g. e-commerce; form strategic partnerships, e.g. with a company selling dietary products or herbal remedies; outsource manufacturing to a country with lower labour and production costs, and focus the business on marketing and sales.

Outcomes.

The objectives solve the problem your business is currently facing by positively influencing the efficiency of the business.

Results. Recommend the best solution and back it up. _____

Критерии оценки (в баллах):

- **2,5 балла** выставляется обучающемуся, если изложение материала логично, грамотно, без ошибок; присутствует свободное владение профессиональной терминологией; умение высказывать и обосновать свои суждения; студент дает четкий, полный, правильный ответ на теоретические вопросы; студент организует связь теории с практикой; уровень освоения компетенций соответствует продвинутому уровню.

- **2 балла** выставляется обучающемуся, если он грамотно излагает материал; ориентируется в материале, владеет профессиональной терминологией, осознанно применяет теоретические знания для решения кейса, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности; ответ правильный, полный, с незначительными неточностями или недостаточно полный; уровень освоения компетенций соответствует повышенному уровню.

- **1 балл** выставляется обучающемуся, если он излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения кейса, не может доказательно обосновать свои суждения; обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала; уровень освоения компетенций соответствует базовому уровню.

- **0,5 -0 баллов** выставляется обучающемуся, если отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл, не решен кейс; в ответе студента проявляется незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для решения кейса.

Задания для творческого рейтинга

Тематика групповых, индивидуальных проектов

Индивидуальные проекты

Индикаторы достижения: УК-4.2., УК-4.3.

Тема 2. Служебные функции и должностные обязанности

Подготовить устный обзор последних новостей в области бизнеса и экономике с использованием зарубежных сайтов СМИ (BBC, CNN и др.).

Тема 5. Организация продвижения товаров и услуг, брендинг

Написать деловое письмо (письмо-предложение).

Групповые проекты

Тема 4. Разработка и выпуск новой продукции на рынок

Прослушать видео фрагмент презентации бизнес идеи 'Original iPhone' Стива Джоба и подготовить аналогичную презентацию для публичного выступления на международной конференции.

Тема 7. Старт-ап проект: разработка, финансирование и развитие

Подготовить критический анализ по заданной статье экономической направленности из журнала «The Business Magazine».

Критерии оценки (в баллах):

5 -4 балла выставляется обучающемуся, если проект полностью соответствует требованиям, к структуре, содержанию, оформлению и реализации проекта. Выполнен самостоятельно с использованием необходимой теоретической и практической базы. Проект защищен на высоком уровне. Ответы на вопросы грамотные и полные. Продемонстрировано уверенное владение специальной экономической терминологией на иностранном языке. Отсутствуют лексические и грамматические ошибки. Уровень освоения компетенций соответствует продвинутому уровню.

3-2 балла выставляется обучающемуся, если проект в целом соответствует требованиям, предъявляемым к структуре, содержанию, оформлению и реализации проекта, обучающийся демонстрирует умение работать с материалом на иностранном языке, создавать качественные и тщательно проработанные проекты, используя несколько инструментов для исследования. Ответы на вопросы полные. Продемонстрировано уверенное владение специальной экономической терминологией на иностранном языке. Уровень освоения компетенций соответствует повышенному уровню.

1,5-1 балл выставляется обучающемуся, если проект частично соответствует требованиям, предъявляемым к структуре, содержанию, оформлению и реализации проекта. Содержание работы раскрывает тему, но является неполным. Ответы на вопросы неполные либо отсутствуют. Допущены грамматические и лексические ошибки. Уровень освоения компетенций соответствует базовому уровню.

0 баллов выставляется обучающемуся, если проект не соответствует требованиям к структуре, содержанию, оформлению и реализации проекта. Содержание проекта частично или полностью не соответствует теме. Допущены грубые грамматические и лексические ошибки. Отсутствует логика изложения материала. Выводы отсутствуют. Ответы на вопросы отсутствуют.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ ВО ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

1 семестр

Типовая структура зачетного задания

<i>Наименование</i>	<i>Максимальное количество баллов</i>
Вопрос 1	20 баллов
Практическое задание (Мини-презентация)	20 баллов

Задания, включаемые в зачетное задание

Типовой перечень вопросов к зачету:

1. Опишите этапы, которые проходит кандидат при приёме на работу.
2. Какие каверзные вопросы часто задают во время собеседования?
3. Как успешно пройти собеседование?
4. Какие способы мотивации персонала считаются наиболее эффективными?

5. Как вы считаете: лидером можно стать или им рождаются? Аргументируйте вашу позицию.
6. Какими качествами должен обладать лидер? Какие типы компаний вы знаете? Приведите примеры.
7. Расскажите о типах иерархии в организации и должностных обязанностях работников.
8. Какие стили управления компанией вы знаете? В чём заключаются их преимущества и недостатки?
9. Каковы признаки успешных компаний? Назовите возможные пути повышения квалификации и обучения персонала? Приведите примеры из российской практики.
10. Назовите возможные пути повышения квалификации и обучения персонала? Приведите примеры из зарубежной практики.
11. Какие пути оптимизация кадровой политики в компании вам известны?
12. Как пройти собеседование в зарубежной компании?
13. Назовите бизнес модели и приведите примеры их реализации.
14. Какие типы организационных структур управления компанией существуют?
15. Расскажите о различных источниках финансирования новых компаний.
16. Какие существуют определения термина «Luxury Management»? Приведите примеры данного явления в различных отраслях.
17. Какие способы продвижения бренда на рынке актуальны? Приведи пример традиционных и инновационных методов продвижения бренда.
18. Опишите жизненный цикл продукта. Детально расскажите о каждом этапе. Как вы считаете: лидером можно стать или им рождаются? Аргументируйте вашу позицию.
19. Какие формы организации рынка вы знаете? Какие факторы влияют на развитие рынка?
20. Что такое электронная торговля? В чем заключаются ее преимущества и недостатки?

Тематика мини-презентаций

1. Развитие и обучение персонала.
2. Стратегии продвижения товаров на рынке.
3. Развитие и запуск нового продукта.
4. Особенности ведения деловых переговоров в разных странах.
5. Финансирование новых компаний.
6. Формирование лояльности у потребителя.
7. Презентации бизнес-идей.
8. Внутренняя и внешняя коммуникация в компании.
9. Новейшие достижения научно-технического прогресса.
10. Бизнес этикет и корпоративная культура.
11. Структура компании.
12. Оптимизация кадровой политики в компании.
13. Сокращение персонала.
14. Социальные программы по адаптации сокращенных сотрудников.
15. Реализация рабочих проектов в компаниях с различными корпоративными культурами.
16. Особенности развития и запуска нового продукта в условиях насыщенного рынка товаров.
17. Роль глобализации в развитии экономики.
18. Новейшие достижения научно-технического прогресса.
19. Конкурентное преимущество как залог успеха при запуске нового продукта.
20. Использование Интернета в продвижении товаров на рынке.
21. Современные маркетинговые приемы, используемые компаниями, при запуске нового бренда.
22. Искусство презентации.
23. Основные составляющие успешной презентации.
24. Критерии оценки деловой презентации.

Критерии оценки (в баллах):

- Титульный слайд с заголовком – 1 балл.
- Дизайн слайдов, использование дополнительных эффектов Power Point (смена слайдов, звук, графики) – 3 балла.
- Слайды представлены в логической последовательности – 2 балла.
- Список источников информации – 2 балла.
- Найден ли ответ на вопрос для группы – 4 балла.
- Правильность и точность речи во время защиты презентации – 5 баллов.
- Текст хорошо написан и сформированные идеи ясно изложены и структурированы – 3 балла.

2 семестр

Перечень вопросов для опроса

Индикаторы достижения: УК-4.2., УК-4.3.

Тема 8. Создание бизнеса на новом месте.

1. Какие современные маркетинговые приемы используют компаниям при запуске нового бренда?
2. Почему конкурентное преимущество рассматривается как залог успеха при запуске нового продукта?
3. Назовите лучшие стратегии развития бизнеса.
4. Какие тактики развития бизнеса считаются наиболее эффективными? Приведите примеры.
5. Какие факторы влияют на выбор новой локации для бизнеса?

Тема 11. Деловая документация: отчеты и предложения.

1. Опишите преимущества и недостатки в письменной деловой коммуникации.
2. Что такое документ в делопроизводстве? Какие виды деловой документации существуют?
3. Какие основные формы отчетности существуют? Приведите примеры.
4. Чем полезна отчетность для бизнеса? Как правильно составить отчет?
5. Назовите отличия бизнес-предложения от бизнес-плана. Что входит в деловое предложение?

Тема 12. Субъектно-объектные отношения в рамках ведения бизнеса.

1. Что сложнее: привлечь или удержать клиента?
2. Проанализируйте эффективность различных методов урегулирования конфликта с потребителем.
3. Проанализируйте стратегию управления отношениями с клиентами: CRM и лояльность.
4. Какие задачи решает менеджер по работе с клиентами?
5. Опишите основные причины конфликтных ситуаций в компании и способы их преодоления.

Критерии оценки (в баллах):

3,33 балла выставляется обучающемуся, если он правильно отвечает на все вопросы по каждой теме дисциплины, обучающийся демонстрирует логичность и полноту изложения материала, владеет экономической терминологией и активной лексикой курса, не допускает ошибки в использовании грамматических конструкций; уровень освоения компетенций соответствует продвинутому уровню.

2,5 баллов выставляется обучающемуся, если он правильно отвечает на все вопросы по каждой теме дисциплины, обучающийся демонстрирует использование активной лексики курса, были

допущены незначительные ошибки в использовании грамматических конструкций; уровень освоения компетенций соответствует повышенному уровню.

1,5-1 балл выставляется обучающемуся, если он частично правильно отвечает на вопросы по каждой теме дисциплины, допущены ошибки в использовании лексики и грамматических конструкций, которые частично мешают пониманию; уровень освоения компетенций соответствует базовому уровню.

-0 баллов выставляется обучающемуся, если он не отвечает ни на один вопрос, использован ограниченный запас лексических единиц с огромным содержанием ошибок в грамматических структурах.

Тематика групповой дискуссии

Индикаторы достижения: УК-4.2., УК-4.3.

Тема 9. Презентация бизнес-идей.

1. Как историко-культурные особенности влияют на условия ведения бизнеса? Приведите конкретные примеры.
2. Электронные деньги и электронный кошелек и их роль в российской рыночной экономике.
3. В чем состоят особенности совместного предпринимательства?

Тема 10. Деловые встречи, собрания, поездки и конференции.

1. Какое значение имеют для бизнеса проведения деловых встреч? Проанализируйте деловую встречу на примере встречи международных бизнес-партнёров РФ и Индии.
2. Какую роль играют международные конференции, ярмарки, выставки для ведения бизнеса? Проанализируйте результаты конференции ООН по изменению климата 2021. Как эти результаты отразятся на международной экономике и бизнесе?
3. Изучите программу на английском языке и послушайте выступления ключевых спикеров Петербургского международного экономического форума ПМЭФ. Проанализируйте итоги работы ПМЭФ-2021.

Критерии оценки (в баллах):

- 5 - 4 балла выставляется обучающемуся по каждой теме, если выступление соответствует заданной теме, продемонстрировано умение чётко аргументировать свою точку зрения (без дополнительных вопросов), беглость речи; использованы распространённые, логически связанные доводы, используемая лексика разнообразна, высокий уровень владения специальной терминологией; отсутствие лексико-грамматических ошибок; уровень освоения компетенций соответствует продвинутому уровню.

- 3- 2 балла выставляется обучающемуся по каждой теме, если выступление соответствует заданной теме, продемонстрировано умение аргументировать свою точку зрения (возможны дополнительные вопросы преподавателя), использованы распространённые ответы, используемая лексика разнообразна, грамматические ошибки отдельные, мелкие и не препятствуют пониманию; уровень освоения компетенций соответствует повышенному уровню.

- 1,5-1 балл выставляется обучающемуся по каждой теме, если тема понята не полностью, доводы односложны, использована однообразная лексика, в ответе значительное количество лексико-грамматических ошибок. Уровень освоения компетенций соответствует базовому уровню.

- 0 баллов выставляется обучающемуся, если тема не понята, не содержит логической и смысловой нагрузки, в ответе присутствует множество грубых грамматических ошибок.

Задания для текущего контроля

Комплект тестовых заданий

Индикаторы достижения: УК-4.2., УК-4.3.

Тема 11. Деловая документация: отчеты и предложения.

Ex.1. In each line there is one word which is wrong. Circle the mistake and write the correct word at the end of the line.

1. We need time to reorganize our finances so we're filing for bankrupttness. ...
2. That should protect us from our credits for at least six months.
3. Yesterday we asked the bank to schedule our debt over ten years.
4. If they don't agree, then the company will collide immediately.
5. We will have to cease traiding and make all our staff redundant.
6. If the bank says yes, then I think that we can make a full recover.

Ex.2. Complete the space in the following conversation using words in brackets (through, at, over, around, near, out of, across, in, to, from, along, on). You will have to use some of the words more than once.

Ann: What field of business are you 1?

Paul: Computers.

Ann: Oh, That's interesting. I have a brother who used to be 2 computing but he's 3 now.

Paul: Prison?

Ann: Yes - software fraud.

Paul: Oh dear! Are you American?

Ann: No, I'm 4 Canada. And you?

Paul: Florence, Italy.

Ann: Oh how beautiful. I was there a few years ago with my husband.

Paul: Really?

Ann: Yes, we flew 5 London, hired a car 6 the airport, had a look 7 London, took a ferry 8 the Channel, drove 9 France, 10 the Alps...

Paul: You didn't go 11 Monte Blanco?

Ann: Mont Blanc? No, we went a longer route, 12 Col di Tenda. Then we drove south 13 Florence. What's the river 14 Florence? I never remember.

Paul: The Arno.

Ann: Oh yes, Florence is 15 the Arno.

Paul: Where did you stay?

Ann: I don't remember, 16 a hotel. Maybe 17 the Grand Hotel, is that possible?

Paul: The Grand? No, I don't know that one. Did you go anywhere else 18 Italy?

Ann: Sure, we went 19 Rome. We walked 20 the Via Appia Antica for six hours! It was wonderful! Then we had to leave. We flew 21 Rome.

Paul: It sounds a good trip.

Ann: It was great! Say, have you ever been 22 Canada?

Paul: Yes I have. I stayed with a friend 23 Vancouver – about 40 miles away.

Ex.3. Two managers are discussing a strike by lorry drivers working for road hauling companies. Complete the spaces in the dialogue by selecting an appropriate form of the correct verb from brackets (hope for, agree to, hear about, insist on, amount to, allow for, depend on, wait for, think about, rely on)

A: Have you ____ (1) the road transport strike?
 B: Yes, it's terrible. We ____ (2) the drivers for all our components
 A: We should ____ (3) using our own drivers.
 B: That ____ (4) whether they would be happy to drive during strike.
 A: We can ____ (5) them meeting their contractual obligations!
 B: Yes, but we have to ____ (6) the problems they could meet on the roads.
 A: That ____ (7) supporting the strike!
 B: Perhaps. Anyway, we should have a meeting with our drivers and ____ (8) a simple solution.
 A: Yes, they might ____ (9) move our components.
 B: If not, we'll have to ____ (10) the end of the strike.

Ex.4. Choose the best word to fill each gap from the alternatives given below.

"My name is Nancy Briggs. I manage the One World (1) ... investment fund. We follow a very clear (2) ... of conduct when we choose stocks. We only invest in companies that are socially (3) ... so we don't put money into tobacco companies or arms manufacturers. Green (4) ... are very important to us. We check that our companies are not damaging the (5) We invest in some companies that make their products in countries where (6) ... is cheaper, and we make sure that they do not (7) ... their workers. Some expensive, famous brand clothing is made in (8) ... where people work long hours for very low wages. We think that is completely (9)"

- | | | |
|-----------------|---------------|--------------|
| 1 A honesty | B ethical | C rights |
| 2 A note | B list | C code |
| 3 A responsible | B spectacular | C interested |
| 4 A issues | B actions | C indexes |
| 5 A neighbours | B environment | C local |
| 6 A work | B job | C labour |
| 7 A export | B employ | C exploit |
| 8 A sweatshops | B sweatshirts | C sweetshops |
| 9 A moral | B unethical | C social |

Ex.5. Read the article below about lean manufacturing. For each sentence mark one letter (A, B or C).

In the middle of the eighteenth century, machinery started to replace craftspeople and their skills, and the era of mass production began. Increasingly, production moved into factories, where one specialized machine was able to do the job of many people. Factories became huge places, where large amounts of raw material and stock was stored and manufacturing systems were fixed and inflexible. Lean manufacturing was developed in Japan in the middle of the twentieth century. It provides an alternative approach to mass production. With this approach, goods are developed and produced in a way that uses less time, effort, space, energy and investment. The operation responds quickly and flexibly, producing and ordering parts as they are needed. Materials flow constantly through the factory instead of being stored in large quantities. By removing as much excess or waste from the system as possible, the company is able to provide the customer with the best value at the end of the process. The ideas behind lean manufacturing were first developed by Toyota in the early 1950s for its car production system, the Toyota Production System. It is only more recently, however, that European and US companies have started to implement these ideas. Lean manufacturing is also sometimes referred to as 'continuous improvement', from the Japanese word *kaizen* meaning 'transforming value'. Lean manufacturing has prompted a return to an emphasis on people, skills and more personal commitment in the workplace. Many companies and other operations these days are smaller, with highly skilled and motivated employees working in teams. 'Lean' is a term used widely now in business, and the term 'lean management' now appears in different places and projects. In lean project planning, for example, long-term goals and objectives are still set, but are reviewed and changed more frequently. Key performers in the project are involved in planning the stages of the work and reflect on what they learn as the project

unfolds. They then use that new knowledge to identify and solve problems as well as improving their own performance.

1. Before the eighteenth century

A production moved into factories.

B craftspeople used their skills to produce goods.

C one machine could do the job of many people.

2. Mass production meant that

A manufacturing systems became more flexible.

B fewer people were needed to produce goods.

C raw material was bought when it was needed.

3. The main aim of lean manufacturing is to produce

A as many goods as possible.

B goods as quickly as possible.

C goods as efficiently as possible.

4. The Toyota Production System

A was a way of producing cars with a minimum of time, cost and waste.

B is also known as *Kaizen*.

C was copied by companies in Europe and the USA immediately.

5. Mass production, compared to lean manufacturing, requires

A less personal commitment from employees.

B employees to make decisions and solve problems.

C employees to reflect on systems and procedures.

6. Lean project planning requires the people who are involved

A to be able to achieve goals and objectives on time.

B to be flexible and willing to develop.

C to have all the knowledge they need at the start of the project.

Ex.6. Summarize the above article.

Ex.7. Look through the Environmental Report (Part 1) and cover the gaps (1-5) with missing words

<i>hydrocarbons</i>	<i>impact</i>	<i>parent</i>	<i>greenhouse</i>	<i>maintenance</i>	<i>annual</i>
<i>underground</i>		<i>subsidiaries</i>	<i>waste</i>	<i>efficiency</i>	<i>to mitigate</i>
<i>shareholders</i>	<i>upgrade</i>		<i>management</i>		<i>safety</i>

Environmental Report (Part 1)

The present Environmental Report (henceforth — the Report) has been prepared in accordance with PJSC Gazprom's 1 _____ Committee Resolution on Organization and Holding of the Annual General PJSC Gazprom's 2 _____ Meeting. The Report uses 3 _____ statistical reporting data on environmental protection (EP) and energy 4 _____ collected by the corporate information & management system along with other content from nature protection reports of PJSC Gazprom's and organizations, 5 _____ corporate websites, Russian and international publications by the Group's companies.

Ex.8. Look through the Environmental Report (Part 2) and cover the gaps (6-15) with missing words

<i>hydrocarbons</i>	<i>impact</i>	<i>parent</i>	<i>greenhouse</i>	<i>maintenance</i>	<i>annual</i>
<i>underground</i>		<i>subsidiaries</i>	<i>waste</i>	<i>efficiency</i>	<i>to mitigate</i>
<i>shareholders</i>	<i>upgrade</i>		<i>management</i>		<i>safety</i>

Environmental Report (Part 2)

The Report highlights EP and energy efficiency activities of the Gazprom Group companies in 2020, including actual 6 _____ on air, water and land resources, 7 _____ management, 8 _____ gas (GHG) emissions, and measures undertaken 9 _____ such an impact. The Report specifies the issues of EP management and financing arrangements, research and technical 10 _____ of the industrial complex aimed at enhancing environmental 11 _____ of the Gazprom Group's facilities.

The terms PJSC Gazprom and the Company used in the Report refer to the 12 _____ company of the Gazprom Group,

Public Joint Stock Company Gazprom and its 100% owned subsidiaries and organizations involved in 13 _____ exploration, production, transmission, 14 _____ storage, processing and 15 _____ of the Unified Gas Supply System (UGSS).

Ex.8. Translate the above Environmental Report (Parts 1-2).

Ex.9. What kind of the relationship at Gazprom is governed by several basic documents?

Find the relevant equivalents in Russian.

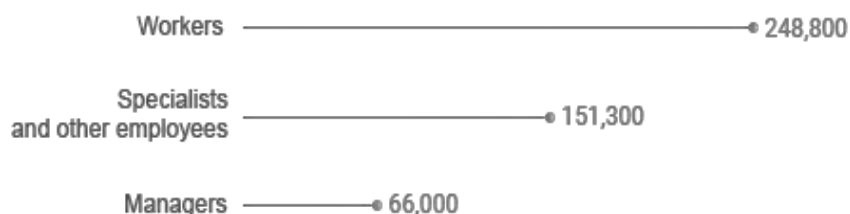
The list of the most important documents is as follows:

- Industry Agreement for the companies engaged in the oil and gas industry and in the construction of oil and gas industry facilities in the Russian Federation;
- Industry Tariff Agreement for the power industry of the Russian Federation;
- General Collective Agreement of Gazprom and its subsidiaries for 2019 through 2021;
- Collective agreements of Gazprom's subsidiaries and organizations.

Ex. 10. Write the report (200 words) on the Gazprom HR policy by using the statistical data.

Guided by the International Labor Organization Conventions, the Gazprom Group adheres to international standards on freedom of association, wages, working time and conditions, remuneration, social security, paid vacations, occupational safety, etc.

As of December 31, 2018, the number of the Group's employees totaled 466,100.



Gazprom Group's employment structure as of December 31, 2018

The number of employees at the Gazprom Group's core companies focused on gas production, transmission, underground storage and processing totaled 232,900.

Критерии оценки (в баллах):

- 4 балла выставляется обучающемуся, если тест по каждой теме выполнен в полном объеме (85 и более %), продемонстрирован высокий уровень владения лексико-грамматическим материалом, уровень сформированности компетенций соответствует продвинутому уровню;

- 3 балла выставляется обучающемуся, если тест по каждой теме выполнен по большей части (70-84%), продемонстрирован хороший уровень владения лексико-грамматическим материалом, уровень сформированности компетенций соответствует повышенному уровню;
- 2 балла выставляется обучающемуся, если тест по каждой теме выполнен наполовину (50-69%), продемонстрирован базовый уровень владения лексико-грамматическим материалом. Уровень сформированности компетенций соответствует базовому уровню;
- 1-0,5 балла выставляется обучающемуся за тест по каждой теме, если тест выполнен в объеме меньше половины (до 50%), продемонстрирован базовый уровень владения лексико-грамматическим материалом, допущены значительные грамматические ошибки; уровень сформированности компетенций соответствует базовому, с ошибками, уровню;
- 0 баллов выставляется обучающемуся, если тест не выполнен вообще.

Деловая игра

по теме 9. Презентация бизнес-идей

Индикаторы достижения: УК-4.2., УК-4.3.

Деловая игра «Презентация бизнес-идей: разработка новой коллекции одежды»

Цель игры

1. Умение продемонстрировать бизнес-идею на примере разработки новой коллекции одежды
2. Выявление различных точек зрения на актуальность различных проблем, связанных с быстрым воплощением бизнес-идеи
3. Умение доказать свою точку зрения; уверить собеседника в том, что именно то, что Вы предлагаете, является единственно верным решением.
4. Определение лучшей бизнес-идеи в результате обсуждения

Деловая ситуация

Мультибрендовая компания Next, выпускающая модную одежду, существует на российском рынке уже 12 лет, занимает значительный его сегмент, активно проводит рекламные кампании. Такое положение вещей долгое время устраивало руководство компании, но объем рынка постоянно увеличивается, и в последнее время компания начала сдавать свои позиции. В связи с этим руководство компании приняло решение разработать две коллекции одежды, возможно, поменять рекламную стратегию организации.

Регламент игры

Ознакомление с игрой, оглашение правил — 5 мин.

Формирование групп и раздача материала — 5 мин.

Разработка и презентация бизнес-идей — 20 мин.

Выступления команд — 20 мин.

Обсуждение результатов игры и выбор наилучшей бизнес-идеи — 10 мин.

Общее время игры — 60 мин.

Порядок проведения игры

Группа делится на две команды маркетологов. Одна команда разрабатывает концепт мужской коллекции, вторая — женской. Побеждает та команда, которая при как можно меньших затратах наиболее полно отразит предпочтения выбранной целевой аудитории.

Задачи команд

1. Выработать концепт новой коллекции с учетом целевой аудитории.
2. Выбрать материал с учетом предпочтений целевой аудитории.
3. Принять решение — нанимать ли конструктора одежды или нет.
4. Принять решение — менять ли рекламную стратегию и медиа носители, если да, то как.
5. Уложиться в бюджет в \$ 200 000

Раздаточный материал

Раздаточный материал № 1. Прайс - лист поставщиков

Название ткани	Описание ткани	Цена (руб./м)
Пашмина	Костюмная, брючная	120
Атлас	Плательная, блузочная	140
Бархат	Плательная, брючная, костюмная	147
Букле «Valentine»	Костюмно - плательная, женская ткань	62
Вельвет	Костюмная, брючная. Для верхней одежды	99

Раздаточный материал № 2. Краткие характеристики некоторых тканей

Трикотаж. В отличие от других текстильных изделий, трикотаж обладает растяжимостью по всем направлениям из-за возможности петель изменять форму и размеры. Рыхлая петельная структура придает трикотажу мягкость и несминаемость.

Шифон. Тонкая шелковистая хлопчатобумажная ткань полотняного переплетения повышенной плотности. Применяют для пошива белья, блуз, платьев, а также в химической промышленности.

Хлопок (стрейч). Плотный, но удивительно легкий материал. Добавление эластичных волокон не позволяет ему сильно мяться. Широкая цветовая гамма, в основе которой множество ярких «летних» оттенков, делает эту ткань универсальной. В дорогих вариантах хлопка - стрейч присутствуют моменты «от кутюр», например, перьевые вкрапления. Пластичная, подчеркивающая линии тела ткань одинаково хорошо смотрится и в соблазнительных топах и в романтических платьях. Не говоря уж о том, что хлопок — один из самых комфортных материалов в жаркий день.

Флок. Флок (заменитель традиционного бархата) — это обивочная ткань с основой из полиэстра и хлопка (обычно 35% — хлопок, 65% — синтетика), на которую электростатическим способом наносится капроновый или нейлоновый ворс, что придает флоку благородную бархатную поверхность.

Лен. Уникальные свойства льняных тканей: гладкость, умеренная жесткость, способность поглощать капельную влагу с соприкасающихся с ним поверхностей. Минимальная электризуемость, малая прилипаемость создают у человека приятное ощущение при соприкосновении его кожи с тканью. Достаточная воздухопроницаемость, гигроскопичность и влагоемкость обеспечивают быстрое удаление тепла и влаги с тела человека.

Жаккард. Эта ткань обладает прекрасными износостойкими качествами в сочетании с великолепной цветовой гаммой, которая включает в себя классические, геометрические и абстрактные рисунки. Качество ткани соответствует самым высоким мировым стандартам.

Вельвет. Плотная хлопчатобумажная или синтетическая ткань, имеющая на лицевой поверхности продольные рубчики из уточного ворса (вельвет - корд — широкие, вельвет - рубчик — узкие). Из вельвета шьют куртки, костюмы.

Акрил. Акрил относится к группе полиакрилонитрильных волокон; на рынке акрил известен также под названиями «нитрон», «орлон», «ПАН-волокно» и «прелана». Сырье для получения акрила добывают из природного газа. Основные свойства акрила: прочность, термопластичность, светостойкость.

Ткань джинсовая. Практичная, крепкая ткань. Джинсовая ткань позволяет создавать самые разнообразные модели одежды — от романтических до авангардных с бахромой по краям.

Раздаточный материал № 3. Маркетинговое исследование предпочтений целевых групп (женская коллекция)

Название ткани	Рейтинг популярности по 10-балльной шкале		
	«Белые воротнички»	Студенты	«Праздники домохозяйки»
1	2	3	4
Атлас	8	3	9
Бархат	3	1	9
Букле	3	6	3
Вельвет	3	7	5
Жоржет	6	3	8

Раздаточный материал № 4. Прайс-лист конструкторов одежды и уровень их соответствия целевым аудиториям (женская коллекция)

Имя	Рейтинг популярности по 10-балльной шкале			Стоимость услуг в у.е.
Маша Мигаль	6	3	9	10 000
Валентин	9	3	8	15 000
Пюташкин				
Слава Волков	8	2	7	6500

Раздаточный материал № 5. Описание целевых аудиторий (женская коллекция)

1. «Белые воротнички» — молодая (от 25 до 30 лет) офисная интеллигенция, достигшая ответственности, статуса и уровня доходов от \$ 2 тыс. до \$ 6 тыс. в месяц. Для поддержания имиджа они потребляют престижные и дорогие бренды, а в силу нехватки времени готовы переплачивать за быстрые и качественные решения. Это энергичные, очень мобильные, занимающие или стремящиеся к топовым позициям, начитанные, находящиеся в курсе всех современных трендов и новинок, имеющие собственное мнение на все события, которые происходят в стране и в его профессиональной деятельности люди. Статусные атрибуты рассматриваются как часть коммуникационной стратегии. Это начищенная обувь, безукоризненный внешний вид, даже в таких мелочах, как зажигалка. Все, вплоть до сигарет, определенной ценовой категории: костюм не может стоить дешевле \$ 1 тыс., часы — не ниже \$ 5 тыс., машина — не ниже \$ 20 тыс. и т. д.

2. Студенты — молодые люди (от 18 до 25 лет), занимающие незначительные должности (курьер, секретарь, помощник менеджера и т. д.) или не имеющие постоянной работы. Их доход редко превышает \$ 500–600 в месяц. Удобство, практичность, яркость, нестандартность, смелость, креативность — вот основные требования студентов как к внешнему виду, так и к жизни в целом. Их девиз — «Бери от жизни все!». Студенты — коммуникабельны, хорошо разбираются в технических новинках, 90% из них имеют свободный доступ к сети Интернет. При выборе одежды основополагающую роль играет стиль, дизайн, цвет и цена, а не уровень престижности и характеристики бренда.

3. «Праздные домохозяйки» — замужние женщины в возрасте от 25 до 40 лет, не имеющие потребности в работе. Доход в семье не ниже \$ 1 тыс. на человека. Сфера интересов таких женщин распространяется на спортивные залы, фитнес - центры, посещение магазинов, торговых центров, косметологов, чтение глянцевого журналов, которые формируют их вкус, забота скорее о себе, нежели о доме. Для этой аудитории характерно восприятие шопинга как средства снятия напряжения, борьбы с плохим настроением и способом убить время. С деньгами они расстаются легко и охотно. При совершении покупок руководствуются эмоциями, а не рациональными выводами. новым тенденциям в моде. Они готовы купить двадцать пятую пару обуви исходя из мысли: «Такой еще ни у кого нет!».

Раздаточный материал № 6. Описание целевых аудиторий (мужская коллекция)

1. «Белые воротнички» — молодая (от 25 до 30 лет) офисная интеллигенция, достигшая ответственности, статуса и уровня доходов от \$ 2 тыс. до \$ 6 тыс. в месяц. Для поддержания имиджа они потребляют престижные и дорогие бренды, а в силу нехватки времени готовы переплачивать за быстрые и качественные решения. Это энергичные, очень мобильные, занимающие или стремящиеся к топовым позициям, начитанные, находящиеся в курсе всех современных трендов и новинок, имеющие собственное мнение на все события, которые происходят в стране и в его профессиональной деятельности, люди. Статусные атрибуты рассматриваются как часть коммуникационной стратегии. Это начищенная обувь, безукоризненный внешний вид, даже в таких мелочах, как зажигалка. Все, вплоть до сигарет, определенной ценовой категории: костюм не может стоить дешевле \$ 1 тыс., часы — не ниже \$ 5 тыс., машина — не ниже \$ 20 тыс. и т. д.

2. Студенты — молодые люди (от 18 до 25 лет), занимающие незначительные должности (курьер, секретарь, помощник менеджера и т. д.) или не имеющие постоянной работы. Их доход редко превышает \$ 500–600 в месяц. Удобство, практичность, яркость, нестандартность, смелость, креативность — вот основные требования студентов, как к внешнему виду, так и к жизни в целом. Их девиз — «Бери от жизни все!». Студенты — коммуникабельны, хорошо разбираются в технических новинках, 90% из них имеют свободный доступ к сети Интернет. При выборе одежды основополагающую роль играет стиль, дизайн, цвет и цена, а не уровень престижности и характеристики бренда.

3. Бизнесмены — мужчины, в возрасте от 35 лет и старше. С уровнем дохода на человека от \$ 10 тыс. в месяц и выше. Как правило, это люди занимающие руководящие, топовые должности, либо имеющие собственный мелкий бизнес. У представителей этой аудитории недостаточно времени, чтобы шить одежду на заказ. Классический покрой, строгость, элегантность, сдержанность, неброскость — вот что их интересует. Престижность бренда рассматривается ими скорее как коммуникативная, утилитарная функция, средство повышения уровня доверия среди партнеров по бизнесу, нежели как средство выделиться своим высоким материальным статусом.

Оценка действий участников игры:

Баллы: за использование речевых этикетных формул, за использование профессиональных терминов, за использование речевых тактик.

Штрафные баллы: за несоблюдение речевого этикета, грамматические ошибки, речевые ошибки, некорректный вопрос, излишнюю эмоциональность, неправильное использование профессионального термина.

Критерии оценки (в баллах):

- 3 балла выставляется обучающемуся (члену группы), если в процессе игры продемонстрированы глубокие знания дисциплины, даны логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы; способность осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать командную стратегию для достижения поставленной цели; предлагает собственные варианты решения проблемы; уровень освоения компетенций соответствует продвинутому уровню.

- 2 балла выставляется обучающемуся (члену группы), если в процессе игры продемонстрирован высокий уровень знания дисциплины, даны логически последовательные, содержательные, правильные ответы на все вопросы; способность осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать командную стратегию для достижения поставленной цели; предлагает собственные варианты решения проблемы; уровень освоения компетенций соответствует повышенному уровню.

- 1 балл выставляется обучающемуся (члену группы), если в процессе игры продемонстрирован базовый уровень знания дисциплины, даны содержательные, правильные ответы почти на все вопросы; допущены лексико-грамматические ошибки и нарушена логическая последовательность в изложении материала; продемонстрирована способность осуществлять критический анализ проблемных ситуаций, вырабатывать командную стратегию для достижения поставленной цели; предлагает собственные варианты решения проблемы; уровень освоения компетенций соответствует базовому уровню.

- 0 баллов выставляется обучающемуся (члену группы), не принимавшему участие в работе группы или группе, не справившейся с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки.

Ролевая игра

Индикаторы достижения: УК-4.2., УК-4.3.

Тема 8. Создание бизнеса на новом месте

Ролевая игра «Создание бизнеса на новом месте: *переезд офиса*»

Цель игры

1. Выработка навыков делового общения, деловой этики, умения вести дискуссию.
2. Развитие умения принимать решения по возникающим проблемам, возможность отстаивать выбранное решение.
3. Формирование умений работы в команде.
4. Развитие у студента деловой активности.

Регламент игры

Оглашение правил игры — 5 мин.

Распределение ролей, раздача материала — 5 мин.

Подготовка к совещанию — 20 мин.

Непосредственно совещание — 30 мин.

Анализ игры и ее итоги — 10 мин.

Общее время игры — 70 мин.

Ситуация

1. Вы — первый заместитель генерального директора. Руководство Вашей компании завершило ремонт, и теперь освободилось 6 новых просторных помещений. Генеральный директор хотел бы, чтобы их заняли: Вы, его первый заместитель.
2. Директор финансовой службы
3. Директор по работе с VIP-клиентами.
4. Директор по работе с регионами.
5. Директор по работе с корпоративными клиентами.
6. IT-служба.

Свободными офисами являются: 312, 314, 315, 316, 425, 426.

Вы осмотрели все офисы, и больше всего вам понравился офис 315: он находится в непосредственной близости от кабинета генерального директора, и это для Вас очень важно. Кроме того, это единственный офис, в котором есть дополнительное помещение для секретаря, который положен Вам по статусу.

Сейчас состоится встреча с Вашими коллегами, на которой Вы должны будете договориться, кому какие помещения будут предоставлены.

Участники игры

Первый заместитель генерального директора	1 человек
Директор финансовой службы	1 человек
Директор по работе с VIP-клиентами	1 человек
Директор по работе с регионами	1 человек
Директор по работе с корпоративными клиентами	1 человек
IT-служба	1 человек
Эксперт: психолог	1 человек

Достоинствами игроков считается:

- наличие навыков делового общения;
- умение вести дискуссию;
- соблюдение этических норм поведения;
- умение отстаивать свою точку зрения;
- умение принимать справедливые решения;
- умение работать в команде;
- деловая активность, энтузиазм.

Задания участникам игры

Первый заместитель генерального директора:

1. Организовать коллегиальную зону для ведения переговоров с коллегами.
2. Провести деловые переговоры с коллегами.

Психолог

Приготовить листки для заметок, которые он будет делать в процессе дискуссии.

Проанализировать поведение участников игры с точки зрения соблюдения правил делового общения и служебного этикета. В связи с этим необходимо обратить внимание на следующие моменты:

1. Организацию коллегиальной зоны для ведения переговоров.
2. Поведенческий имидж работника:
 - организованность;
 - собранность;
 - аккуратность.
3. Владение разнообразными коммуникативными приемами:
 - способность к установлению контакта;
 - умение внимательно слушать собеседника;
 - умение вести деловую беседу.
4. Соблюдение служебного этикета:
 - вежливость;
 - предупредительность;
 - деликатность.

Остальные участники

Внимательно изучить карточки, которые будут розданы ведущими, и запомнить свои позиции. Подобрать доводы для отстаивания своего решения.

Преподаватели выступают в роли консультантов и руководителей - координаторов деловой игры. Они осуществляют общий контроль над ее ходом. На протяжении всей игры преподаватели следят за работой

игроков, направляют их действия, помогают увидеть и исправить ошибки. В завершении преподаватели подводят итоги деловой игры и оценивают работу каждого из студентов.

Раздаточный материал

Директор по работе с регионами. Вас постоянно критикуют за то, что Ваши клиенты ходят по всему офису, заглядывают во все кабинеты. И Вы решили перебраться на 4-й этаж, подальше от начальства, в офис 425 или 426 (425-й, конечно, выглядит лучше!)

Руководитель IT-службы. Только 314 офис подходит Вам, с Вашей точки зрения, т. к. это помещение наиболее удачно расположено.

Директор по работе с корпоративными клиентами. Вы осмотрели все помещения и решили, что кабинет 315 Вам очень удобен, т. к. он находится вблизи кабинета генерального директора, а Ваши клиенты обычно общаются не только с Вами, но непосредственно с ним. Конечно, солидно выглядит и офис 425 с видом на Кремль, но пока Вы остановили выбор на 315.

Директор по работе с VIP-клиентами, и Вы сразу решили, что Вам подходит только офис 425: красивое, светлое помещение с видом на Кремль, которое должно произвести соответствующее впечатление на Ваших клиентов.

Руководитель финансовой службы. Вам больше всего подходит офис 314, он очень вместительный, и только в нем можно разместить все Ваши документы. Вы решили отстаивать именно этот офис для своего подразделения.

Оценка действий участников игры:

Баллы: за использование речевых этикетных формул, за использование профессиональных терминов, за использование речевых тактик.

Штрафные баллы: за несоблюдение речевого этикета, грамматические ошибки, речевые ошибки, некорректный вопрос, излишнюю эмоциональность, неправильное использование профессионального термина.

Тема 10. Деловые встречи, собрания, поездки и конференции

Ролевая игра «Деловые встречи»

Тема (проблема). Развитие бизнес связей во время конференций, встреч, выставок и т.п. Представитель одной компании и представитель другой компании. Ролевой диалог установление и поддержание бизнес контактов, обмен мнениями по поводу проходящего мероприятия.

Концепция игры условное, приближенное к реальной, воспроизведение коммуникативной ситуации ведения переговоров.

Роли:

- Сторона 1

- Сторона 2

Процесс проведения деловых встреч можно разделить на несколько этапов:

- определить цели встречи (беседы);
- подготовиться к встрече (беседе);
- работать по плану, учитывая прошлый опыт;
- собрать информацию о данной организации и ее деятельности;
- составить рабочий план беседы.

Проведение встречи (беседы).

- Задачами первой фазы беседы являются:
- установление контакта с собеседником;
- создание приятной атмосферы для беседы;
- привлечение внимания;
- пробуждение интереса к беседе.

Правильное начало беседы предполагает точное описание целей беседы, взаимное представление собеседников, объявление последовательности рассмотрения вопросов. При этом следует выяснить, каким временем партнер располагает.

Нужно избегать любых проявлений неуважения, пренебрежения к собеседнику.

Фаза передачи информации. Она состоит из следующих элементов:

информирование собеседника, постановка вопросов, наблюдение за реакциями собеседника. Это требует терпения, внимания, такта и сосредоточенности. Нельзя допускать и «давления» авторитетом.

При этом следует применять «Вы – подход», т.е. на первое место выдвигать собеседника, его задачи и проблемы. Мысленно поставить себя на его место, подумать: что его может интересовать, с чем он может согласиться, от чего отказаться. Фаза аргументации. Необходимо хорошо владеть материалом и четко определить цели, которые хотим достигнуть. При этом рекомендуется:

- оперировать простыми, ясными понятиями;
- применять достоверные аргументы;
- иметь в виду, что три-четыре ярких довода достигают большего эффекта, чем множество мелких;
- наиболее сильные аргументы оглашать в начале;
- всегда открыто признавать правоту собеседника, когда он прав, даже если это может иметь для нас неблагоприятные последствия. Это дает нам право
- требовать такого же поведения со стороны собеседника;
- избегать пустых фраз;
- как можно нагляднее, на конкретных примерах. Излагать собеседнику свои доказательства, идеи;
- учитывать, что убедительность доказательств зависит от восприятия слушателей, поэтому, сначала следует выявить позицию собеседника,
- настроить его благожелательно по отношению к вам. Это достигается путем прямого обращения к собеседнику «Что вы думаете об этом предложении?»
- Можно выразить свое одобрение: «Это отличная идея!», «Вы совершенно правы!»;
- постараться обобщить факты и сведения, сделать выводы и предложить их собеседнику, потому что факты сами за себя никогда не говорят.
- Замечания и доводы собеседника нужно воспринимать не как препятствия в ходе беседы, а как ориентиры для нашей аргументации и дополнительных объяснений.

Способы нейтрализации замечаний или возражений:

1 Ссылки на авторитеты как метод опровержения замечаний, на опыт и высказывания авторитетного для собеседника человека;

2 «Сжатие» нескольких замечаний, возражений. Воздействие существенно смягчается, если на них отвечать одной фразой, сконцентрировав в ней все существенное, и избегать дискуссий;

3 Условное согласие, т.е. сначала признать правоту собеседника, а потом постепенно перетягивать его на свою сторону.

4 Метод «да, но...». Он основан на том, что мы до определенного момента соглашаемся с собеседником, чтобы уменьшить его желание противоречить нам.

Причем нам не следует противоречить открыто и грубо, даже если собеседник не прав. Не нужно говорить, к примеру: «...Вы совершенно не правы!». К позиции и мнению собеседника, во всяком случае, нужно относиться с уважением.

5 Признание правоты собеседника. Это нужно сделать, сказав: «Это интересный подход к проблеме, который я, честно говоря, упустил из виду. При принятии решения мы его обязательно учтем».

6 Лаконичность ответа. Чем более сжато мы ответим на замечания, тем это будет убедительнее. При окончании беседы необходимо учитывать следующее. Нельзя допустить, чтобы после окончания беседы у собеседника остались путанные представления. Присутствующим должна быть понятна каждая деталь нашего вывода. Конец сообщения запоминается лучше всего. Поэтому следует отделить завершение беседы от предыдущего. Например, «Давайте подведем итоги».

Ожидаемый (е) результат (ы) Студенты знают: активную лексику по теме. Умеют: создавать краткое/развернутое монологическое/диалогическое высказывание; воспринимать и понимать иноязычную речь на слух. Владеют: речевым этикетом в коммуникативных ситуациях

повседневного и делового и профессионального и профессионального общения; навыками ведения аргументированной дискуссии.

Оценка действий участников игры:

Баллы: за использование речевых этикетных формул, за использование профессиональных терминов, за использование речевых тактик.

Штрафные баллы: за несоблюдение речевого этикета, грамматические ошибки, речевые ошибки, некорректный вопрос, излишнюю эмоциональность, неправильное использование профессионального термина.

Критерии оценки (в баллах):

- 3 балла выставляется обучающемуся (члену группы), если в процессе игры продемонстрированы глубокие знания дисциплины, даны логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы; способность осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать командную стратегию для достижения поставленной цели; предлагает собственные варианты решения проблемы; использованы речевые этикетные формулы, речевые тактики; уровень освоения компетенций соответствует продвинутому уровню.

- 2 балла выставляется обучающемуся (члену группы), если в процессе игры продемонстрирован высокий уровень знания дисциплины, даны логически последовательные, содержательные, правильные ответы на все вопросы; способность осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать командную стратегию для достижения поставленной цели; предлагает собственные варианты решения проблемы; использованы речевые этикетные формулы, речевые тактики; уровень освоения компетенций соответствует повышенному уровню.

- 1 балл выставляется обучающемуся (члену группы), если в процессе игры продемонстрирован базовый уровень знания дисциплины, даны содержательные, правильные ответы почти на все вопросы; допущены лексико-грамматические ошибки и нарушена логическая последовательность в изложении материала; продемонстрирована способность осуществлять критический анализ проблемных ситуаций, вырабатывать командную стратегию для достижения поставленной цели; предлагает собственные варианты решения проблемы; уровень освоения компетенций соответствует базовому уровню.

- 0 баллов выставляется обучающемуся (члену группы), не принимавшему участие в работе группы или группе, не справившейся с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки.

Задания для контрольной работы

Индикаторы достижения: УК-4.2., УК-4.3.

Темы 11- 12.

Ex.1. Complete the text with the best word.

Strategic Alliances

As companies seek to extend their reach, share risks, reduce costs or import knowledge, many of them decide to form strategic alliances. Considering that such alliances often fail, one may wonder whether this is due in part to a poor understanding of the management. Skills...¹ required to make them work.

According to a recent report, alliance managers have to be impartial. They must not be fiercely² to one company or.....³. They must be able to tolerate different ways of doing things, and they also need to be willing to take risks and let things happen.

The report points out that the challenges⁴ by alliances are different from mergers because they are temporary, involve⁵ ownership and have fewer formal structures and little hierarchy.

Furthermore, many alliances are between past or present competitors, so it is crucial to build trust. Accessibility, face-to-face contact and personal example are needed, and there is no place for.....⁶ agendas.

It is also vital to know how to develop a⁷ of employees, both specialists and managers, who are capable of working in various complex yet temporary alignments. This, according to the report, will become a key⁸ of competitive⁹.

- | | | | | |
|---|--------------|---------------|--------------|---------------|
| 1 | a) expert | b) skills | c) science | d) capability |
| 2 | a) committed | b) determined | c) indebted | d) destined |
| 3 | a) mark | b) name | c) make | d) brand |
| 4 | a) resulted | b) posed | c) made | d) caused |
| 5 | a) divided | b) joined | c) shared | d) split |
| 6 | a) concealed | b) invisible | c) disguised | d) hidden |
| 7 | a) cadre | b) batch | c) caucus | d) party |
| 8 | a) line | b) spring | c) source | d) way |
| 9 | a) gain | b) force | c) advantage | d) value |

Ex.2. Fill in either SELLER or BUYER in a correct form.

- Post remittance is made from the bank account to the account in accordance with the letter of instruction.
- Payment for collection is not preferred by the as there is no guarantee that he will receive payment in time.
- While effecting the payment with the Bill of Exchange the credits the It is drawn by the on the and is sent through the bank to the for acceptance.
- An open account is granted by the to the in whom the has a complete confidence.
- Ex ship with the port of destination indicated means that the pay for all the charges up to and including the placing of the goods at the disposal of the on board the ship at the port of destination.

Ex.3. Match the words and the definitions.

- | | |
|------------------------|--|
| 1. Letter of Credit | a) a legal agreement by which a person takes out a loan using as security real property (usually a house which is being purchased) |
| 2. Bill of Exchange | b) lending a business a sum of money equal to that owed to the business by its suppliers or customers |
| 3. Mortgage | c) allowing customers to take out more money from the bank than they had in it |
| 4. Invoice discounting | d) a written order requiring a person to make a specified payment to the signatory or to a named payee |

Ex.4. Match the words to make collocations.

1. Natural	a) collision
2. Insurance	b) costs

3. Liability	c) disease
4. Lump sum	d) hazard
5. Occupational	e) eruption
6. Overhead	f) premium
7. Policy	g) payment
8. Volcanic	h) claim
9. Traffic	i) holder,
10. Loss	j) insurance

Ex.5. Insert the following prepositions in the sentences

out, to, against, by, for, in, for, on

1. A home insurance policy typically includes coverage _____ damage to the home and the owner's belongings.
2. An insurance policy will _____ in detail which perils are covered by the policy and which are not.
3. Auto insurance protects the policyholder _____ financial loss in the event of an incident.
4. Standard line insurance companies usually charge lower premiums than excess line insurers and may sell directly _____ individual insureds.
5. They are regulated by state laws, which include restrictions _____ rates and forms.
6. Global insurance premiums grew _____ 2.7%.
7. The insurance industry will continue to see growth _____ premium income.
8. Advanced economies account _____ the bulk of global insurance.

Ex 6. Look through these sentences of the moderator's presentation script and put them in order.
Panel presentation and discussion "STANDARDS FOR SMART CITIES"

Moderator's presentation sentences:

e.g. 1. – D *The intellectual transformation of cities inevitably brings about a re-evaluation of the actual mechanism used to manage urban development.*

2. _____

3. _____

4. _____

Moderator's presentation script:

- A. These interactions are based on the international standards which serve as the key instruments and practical guiding principles that are essential to the successful implementation of projects to create smart cities.
- B. Whether it is possible to combine all the elements of a smart city into a single architectural whole will largely depend on the quality of the conceptual model **underlying interactions** between the various sectors.

C. It becomes necessary not only to coordinate the positions of the **authorities**, the private sector and civil society, but also to **re-evaluate** the actual mechanism used to manage urban development.

D. *The intellectual transformation of cities inevitably brings about a re-evaluation of the actual mechanism used to manage urban development.*

Ex. 7. Rewrite these pairs of sentences in the same way.

Infinitive For-complex

Cecil Parkes want to buy a mill. They feel this would be cheaper for them.

Cecil Parkes feel it would be cheaper **for them to buy** a mill.

1. RSA want to employ a computer expert. They feel it could be helpful to them.
2. Fred Ducann wants to consult a lawyer. He feels this might be a worthwhile precaution.
3. The managing director wants to visit Highland Wool. He feels this would be interesting.
4. Haulage International want to buy new lorries. They feel this would be a good investment.

Ex. 8. Translate the sentences from Russian into English.

1. Предприниматель не только принимает все важные решения по поводу расширения бизнеса, но и несет ответственность за неудачи.
2. «Спящий партнер» не участвует в управлении компанией. Он только вкладывает деньги в бизнес и получает свою долю прибыли.
3. Существуют два типа акционерных компаний – открытого и закрытого типа.
4. Акции компаний открытого типа выставляются на торги на бирже.
5. Акции могут свободно циркулировать между акционерами.
6. Прибыль делится между партнерами поровну.

Ex. 9. Translate into English.

1. Существует два типа инновационной деятельности на производстве: инновационная разработка продукции и инновации процесса производства.
2. Результатом инновационной разработки продукции является улучшение существующего ассортимента продукции или разработка совершенно нового продукта.
3. Целью инновации процесса производства является совершенствование технологии производства определенных товаров.
4. Процесс разработки идей состоит из следующих этапов: разработка концепции, отбор, обсуждение в группе, поиск спонсоров, внедрение идеи.
5. Существует несколько факторов, препятствующих внедрению новых идей. Это – несовершенство законодательной базы, недостаточный уровень образования, иерархическая бюрократическая структура организации, сопротивление переменам и отсутствие мотивации.
6. При разработке нового товара или услуги, специальные отделы выясняют технические возможности производства этого товара и возможность реализации инновационного проекта при достаточно низких расходах.

Ex.10. Match the expressions with the functions.

interrupting (3)
evasion (4)
contradiction (3)

1. I'm afraid I can't say that at the moment.
2. Excuse me for interrupting you.
3. But that really isn't quite right.
4. I don't see how it's possible to say that.
5. I really can't give the answer to that at the moment.
6. But on the other hand...

7. Sorry to butt in...
8. That's something we'll have to go into later on.
9. Could we talk about that later?
10. Do you mind if I say something here?

Asking for information

In order to receive information from your opponent, you will have to ask some questions. On the right is a list of openers you can use to begin your questions, and on the left is a list of subjects you want to ask about.

Критерии оценки (в баллах):

- 2 балла выставляется обучающемуся, если выполнены задания в полном объеме (85 и более %), продемонстрирован высокий уровень владения лексикой, терминологией, грамматикой; уровень сформированности компетенций соответствует продвинутому уровню;
- 1,8 балла выставляется обучающемуся, если задания выполнены по большей части (70-84%), продемонстрирован хороший уровень владения лексикой, терминологией, грамматикой; уровень сформированности компетенций соответствует повышенному уровню;
- 1,5 балла выставляется обучающемуся, если задания выполнены наполовину (50-69%), продемонстрирован базовый уровень владения лексикой, терминологией, грамматикой. Уровень сформированности компетенций соответствует базовому уровню;
- 1-0,5 балла выставляется обучающемуся, если задания выполнены в объеме меньше половины (до 50%), продемонстрирован базовый, с ошибками, уровень владения лексикой, терминологией, грамматикой; уровень сформированности компетенций соответствует базовому, с ошибками, уровню;
- 0 баллов выставляется обучающемуся, если задания не выполнены вообще.

Практические задания

Индикаторы достижения: УК-4.2., УК-4.3.

Тема 9. Презентация бизнес-идей.

Ex.1. Translate the article 'How to find the right angel investor for your start up business?' Part 1.

How to find the right angel investor for your start up business?

Before venturing deep into the topic, here's a brief discussion on angel investor. What is the concept of angel investing? Who are basically called as angel investors? What are their roles? What is their stand in the investment market? These are some of the questions that usually come to the mind of a novice; the moment "angel investor" comes within discussion.

Starting from the basic, angel investors are those affluent people, who are wealthy enough to invest huge sum of money with an intention of making much profit out of it. In other words, they are financially independent people, who have an interest of increasing their funds by investing in various sectors. They can be anybody like a doctor, lawyer or even a business person. In simple words, anyone with a stable rather affluent financial status, having an interest for investment is said to be an angel investor.

Apart from investment and making their own profit, angel investors have another role to play. If you think from the other way round, angel investors are a good investment source for those who need financial help in terms of a good investment for their businesses or ventures.

Ex.2. Cover gaps (1-4) missing statements (A-D).

- A.** Take some good references, and contact some of the leading investors for your business
- B.** Prepare your business plan, which can help you in calculating your business budget requirement.
- C.** You can surely rely on a good angel investor
- D.** This will give the investor a clear idea regarding what your business is all about. Moreover you can also keep this as a proof for the deal.

Particularly if you are planning for a start up business and are short of funds and monetary aids, 1 _____. These people have a good stand in the investment sector and are one of the most sought after community in investment market. You can easily settle for a mutual deal and can seek financial aid from these people.

The next major concern is how to find the right angel investor for your business. Given below is a step by step protocol, which clearly describes how to find a good angel investor:

- 2 _____
- Before approaching any angel investor, mention all the details of your proposed business like the growth expectations, project overview, etc. 3 _____
- Browse through the internet, or 4 _____. There are a number of such investors and a little bit of sincere research regarding their investment background can definitely help you in finding the best one.

Ex.3. Choose the correct word from the box to complete the sentences.

drive / footballer / game / goalposts / player / race / rider / ropes / show
--

- 1 The government is the sole buyer, so it can impose aggressive timelines and also move the _____. Very often, you just don't know what to expect.
- 2 There were no other bidders in the running for state-controlled Omnia Bank, so it was clearly a one-horse _____.
- 3 Starlite International has bought more companies than most of its rivals. It has always been ahead of the _____ in making acquisitions.
- 4 Because of some bankers' drive to chase profit and disregard risk, a number of financial institutions are now on the _____.
- 5 The USA is a major _____ on the world scene economically, and it's got to play by the rules that everybody else plays by.

Ex.4. Complete the text with a suitable passive form of the verbs in brackets.

In 1998, a US pharmaceutical company (6) _____ (force) to suspend production of Heparin, a medicine it was developing, because the primary ingredient, which (7) _____ (manufacture) in China, was contaminated. More recently, the same company accidentally supplied samples of a bird flu virus to a series of European laboratories.

The company said the samples (8) _____ (provide) for its own research into a pandemic vaccine it is developing. "The material (9) _____ (handle) appropriately in all steps of the process in the right conditions," said a spokesman. "The experimental material (10) _____ (produce) exclusively for laboratory testing. It (11) _____ (not use) for product production and was not for use in humans." The spokesman added that the company had since taken "corrective preventative actions" and that its procedures (12) _____ (approve) by the authorities

Ex.5. Complete the sentences with an appropriate relative pronoun where necessary.

1. Businesses _____ are flexible can respond to change.
2. A counterfeiter is someone _____ copies goods or documents in order to deceive people.
3. The people _____ we employ are dynamic and creative.
4. Have you contacted the Brazilian agent _____ you met at the trade show?
5. The Shangri-La, _____ is 200 metres tall, is one of Dubai's most luxurious hotels.

Ex.6. Choose the best word to complete these sentences.

- 1 Two men were arrested for using PayPal for money _____.
a) fixing b) trading c) laundering
- 2 Selling your company's secrets to a rival is called industrial
a) fraud b) espionage c) pollution
- 3 I refuse to work for a company that does animal _____.
a) fraud b) discrimination c) testing
- 4 Ebay will close your account if they find you're selling counterfeit
a) goods b) corruption c) fixing

Ex.7. Complete the article using the correct form of the verbs in brackets.

JD steps across the Channel to buy Chausport

By Samantha Pearson

JD Sports Fashion kicked off its plans for international expansion by _____¹ (to buy) Chausport, a French sportswear chain, for €8m cash, or roughly £7m.

The UK's third-biggest sportswear retailer by turnover said it would acquire all 78 stores and share capital of Chausport, which _____² (to base) in northern France, and inherit its net debt of €2m.

Young shoppers – less affected by the recession than their parents – _____³ (to continue) to queue for popular brands of trainers and tracksuits in the downturn, allowing JD _____⁴ (to perform) better than some on the British high street.

The company _____⁵ (to say): 'This strategic acquisition gives JD the opportunity for further growth by entering a new and sizeable European market outside of its established bases in the UK and Ireland.' **FT**

Ex.8 Complete the sentences with the missing word.

1. The sales manager has handed _____ her resignation.
2. The participants put _____ a number of interesting suggestions during the meeting.
3. The general manager has _____ in for a lot of criticism recently.
4. Unfortunately, the new receptionist doesn't seem to be up _____ the job.
5. We need to deal _____ the problem of absenteeism as soon as possible.

Ex.9. Choose the best word or phrase to complete these sentences.

- 1 First Direct has created high customer satisfaction with _____ interaction.
 - a) only a little b) frequent c) Internet-only
- 2 QVC customers feel that they have _____ with the company's presenters.
 - a) little time b) a relationship c) two-way communication
- 3 _____ don't always give a clear understanding of customers.
 - a) Satisfaction surveys b) Sales figures c) Perceptions
- 4 Mortgage customers' experience with staff is _____ influence on their decision to buy.
 - a) not considered a big b) almost never an c) the most important
- 5 It is important to ask customers' feelings _____.
 - a) at the right time b) before they become angry c) about advertising
- 6 Brand advertising and communication often focuses on _____.
 - a) customer satisfaction b) staff c) products and fees

Ex.10. Translate the following sentences into English. Use modal verbs.

1. На собеседовании я сел в лужу, когда не смог ответить на простейший профессиональный вопрос.
2. Они, должно быть, увеличили расходы на интернет рекламу, т.к. теперь на любом сайте можно увидеть их рекламу в всплывающем окне.
3. Вам надо было вкладывать деньги не в акции убыточных компаний, а в государственные облигации. Доходность без сомнения меньше, но и риск незначителен.
4. Должно быть, произошла ошибка. Мы не можем найти этот товар на складе.

Тема 10. Деловые встречи, собрания, поездки и конференции.

Ex.1. Read the article 'How meetings bloomed' and cover gaps (1-5) with the missing statements (a-f). But there is an extra one.

- a) meetings were no longer constrained by room size or office hours
- b) they just click 'yes' to the invite
- c) Over time, organisations became flatter and less hierarchical
- d) our instinct to meet in order to strategise and share ideas predates modern civilisation, let alone office culture.
- e) can it actually lead to unintended consequences – more confusion, emails, side conversations – creating even greater work
- f) while meeting activity is human nature

How meetings bloomed

Humans are inherently social beings; 1 _____ "We've gathered since caveman days," explains Steven Rogelberg, director of organisational science at the University of North Carolina at Charlotte, US. "Meetings are a manifestation of human tendencies."

As knowledge work boomed in the mid-20th Century, businesses gradually moved away from command-and-control style leadership towards collaboration. 2 _____. As start-ups flourished, so too did the notion of the collective. Meetings became the best process to allow the coming together of ideas, inspiring innovation.

"We've evolved to recognise that teams can reach greater heights through the process of engaging with others, capturing employees' voice and creating opportunities for synergy," says Rogelberg. "So, 3 _____, it's also an evolution on how to truly drive and engage people."

Once video-conferencing technology became more sophisticated throughout the 2010s,
4 _____. However, being permanently available comes with consequences. “People are inundated with meeting requests,” adds Rogelberg. “It’s become too easy to take someone’s schedule away from them. People don’t think –5 _____.”

Ex.2. Translate the article ‘Managing meetings’ and put questions to the underlined sentences.

We've all been in badly managed meetings: meetings that seem to go round in circles without any decisions being made; meetings that are dominated by the same few voices; meetings where people talk and talk with no clear purpose; meetings that seem to go on forever ...A European survey found that the typical staff member spends 187 hours a year in meetings. The report suggested that 56 per cent of those meetings were considered unproductive. In a survey of office workers across the UK, it was found that each employee cost their company an average of £38.50 for every meeting they attended. So how can we have more efficient, effective and even inspiring meetings? Here are six tips.

1. Set a clear agenda. An agenda is a list of points to be dealt with at the meeting, in the order in which they will be discussed. If you have a long list of bullet points, consider prioritizing the items and breaking each topic down into its key issues. Indicate on your agenda how much time you'll be spending on each topic, who will be presenting or leading it and whether a decision or some kind of solution will be needed. Also, remember to send out the agenda a few days before the meeting so that participants have time to prepare.

2. Review the attendee list. When we are busy, the last thing we need is an invitation to a meeting we don't really need to attend. So, consider carefully who needs to be there. Invite someone to a meeting if:

- the points on the agenda are relevant and the decisions will affect them
- they have expertise to contribute
- they have the authority to make the decisions required.

3. Keep the meeting focused on the agenda. Follow the agenda and politely redirect participants back to it if you find that they have gone off-topic. Introduce the idea of 'parking' ideas and discussions that are not strictly relevant or urgent. This gives you the chance to acknowledge ideas and issues that might be important to the participants but which are not a priority right now. You can then follow up by including 'parked' ideas in the meeting minutes and exploring them at a different time.

4. Encourage participation and be sensitive. The most vocal participants might not be the ones with the best ideas. Give everyone a chance to speak and encourage participation from quieter colleagues. However, avoid putting anyone on the spot. Also, be sensitive to underlying issues and emotions and help the group deal with conflict in a productive way.

5. Clarify, check and record. Don't assume that everyone understands each other, especially when the meeting language isn't everyone's first language. Ask for clarification, summarise each time a point is made, check that the participants agree and ensure that decisions are made. Ask someone to take notes of what is being discussed and ensure that action points – tasks to be done and who will do them – are recorded in the minutes.

6. End the meeting on time. Meetings that don't end on time can leave participants feeling tired, frustrated and stressed. So, assure your participants that the meeting will end on time and set the timer on your phone to ring about five to ten minutes before the end. Use the last five to ten minutes to summarise and bring the meeting to a close. If we all make an effort to make every meeting we attend an efficient and effective one, meetings can help us communicate well and be part of a productive team.

Ex.3. Put the verbs in brackets in the correct passive form.

Recently it (1)_____ (**discover**) that over 65% of employees are not satisfied with their jobs. This is a worrying figure for HR managers. Many surveys (2) _____ (**conduct**) over the past few years by companies and individuals. The most common methods which (3)_____ (**use**) are exit interviews, feedback from employee performance reviews and conducting employee attitude surveys. The reasons which (4)_____ (usually **give**) for this dissatisfaction are varied and many. This situation needs to (5)_____ (deal) with by HR departments.

Ex .4. Complete the sentences with a word or expression from the box.

severance/on strike/perks/handshake/benefits/industrial action

- 1 The staff took _____ when management refused to increase their pay.
- 2 The factory workers went _____ because the working conditions were so bad.
- 3 The fringe _____ with this job are fantastic.
- 4 There are a lot of _____ being a senior manager, such as gym membership, use of the company club and so on.
- 5 He got a golden _____ when he left the company.
- 6 His _____ payment was quite large by industry standards.

Ex .5. Complete the sentences below with the correct form of the words in the box.

Anticipate eliminate encounter estimate identify prioritize spread weigh up

1. We're a downturn next year, so we're being cautious this year.
2. We've the pros and cons and decided that the risk is too great.
3. Can you the items in the budget? What's the most important expense?
4. What's the least important?
5. Palmer has a way to reduce risk that nobody else thought of.
6. We've reduced risk by our lending across more markets.
7. We the cost of opening a new office to be more than a million pounds.
8. We think it's too risky.
9. The risk of not hiring a local manager is that we'll problems with the local staff as a result.
10. We can't completely risk, but we can reduce it.

Ex.6. Choose the best word to complete these sentences.

- 1 We need a strong negotiator, someone who's really _____.
a) assertive b) diffident c) formal
- 2 If you have a clear understanding of what you can and can't do, you're

- a) cautious b) casual c) realistic
- 3 He would do anything to succeed. He's completely _____.
- a) principled b) ruthless c) laid-back
- 4 If you choose a course of action and you stand by your choice, you're
- a) critical b) decisive c) radical

Ex.7. Write the extra incorrect word in each phrase.

- 1 On the behalf of *Sigma Marketing*, I'd like to welcome you all. My name's Naseem Akhtar. _____
- 2 This morning, I'd like to tell you about the ideas we've come up with for the advertising and campaign. _____
- 3 I've divided my presentation into the three parts. _____
- 4 I'll start over with the background to the campaign, move on to the media we plan to use, and finish with the storyboard for the commercial. _____
- 5 If there's anything you're not clear about it, feel free to stop me and ask any questions. _____

Ex.8. Pick up the correct option.

The company (1) **signed/has signed** a contract for a joint venture with a Chinese supplier last week. Although our current suppliers (2) **had been/have been** very reliable over the past three years, now they (3) **were/are unable** to meet all our demands. Mr Gonzalez, our new deputy CEO, (4) **joined/has joined** the company two months ago. While he (5) **is/was working** there he **made/has made** some excellent contacts.

Ex.9. Translate the following sentences into English

1. Увеличенные прибыли компании позволили выплачивать акционерам большие дивиденды.

2. Я бы взял ипотечный кредит, если бы процентная ставка была ниже.

3. Включение новых товаров в торговую марку может как положительно сказаться на прибылях компаниях, так и иметь негативные последствия для основного бренда.

4. После серии сокращений центральный офис был вынужден закрыть несколько дочерних предприятий.

Ex.10. Study the case 'SUCCESSION PLANNING'. Suggest the best solution to the problem if you were Beverly Behan of Hay's Group.

SUCCESSION PLANNING

Family businesses typically have the luxury of passing the torch down to children after parents retire, but in some cases, there are no candidates, or the candidates may not be right for the role. This presents a challenge when it's time to find a successor, especially if existing employees have assumed that top level promotions would come from within the family. So the Carlson companies had to put in great effort to find a replacement, looking both internally and outside of the company, ultimately finding an internal candidate who would work well with the family but also offered plenty of experience as an executive in different industries.

According to Beverly Behan of Hay's Group, Carlson should

Тема 11. Деловая документация: отчеты и предложения.

Ex.1. Complete these sentences with the correct word.

- 1 In business, a lot can happen in one month, even in one week. That's why we have to keep our _____ on the ball all the time.
- 2 The Korean financial authorities have promised to create a level playing _____ for foreign and domestic investors.
- 3 Microsoft and Google are neck and _____ in the latest advertising race.
- 4 The newly elected government said it would be firmly in the driving _____ of the country's huge reconstruction process.
- 5 Ten years ago people would have been interested in his lectures on the benefits of e-commerce, but now he's just flogging a dead _____.

Ex.2 Complete each sentence with a verb in the passive form.

- 1 _____ The Head of Human Resources reported that performance evaluation forms _____ a month ago (to distribute).
- 2 _____ Employees who haven't returned their completed form yet _____ a reminder (to send).
- 3 _____ He also said only one application for the post of assistant accounts manager _____ (to receive).
- 4 _____ It was decided that our next meeting _____ in May (to hold).

Ex.3 Combine each pair of sentences using a defining or non-defining relative pronoun as appropriate. The first and the last word are given.

- 1 Santori is now the chairman. He turns 55 this month.
Santori _____ chairman.
- 2 You mentioned a report yesterday. Please e-mail it.
Please _____ yesterday.
- 3 Nikola applied for a job. He didn't get it.
Nikola _____ for.
- 4 Kuriakin is one of the richest people in the world. He drives an old Volkswagen.
Kuriakin _____ Volkswagen.
- 5 We attended the seminar. Hiro recommended it to us.
We _____ us.

Ex.4 Complete sentences 1–5 with answers a), b) or c).

- a) endorse b) exhibit c) communicate
- 1 If you would like more information, please help yourself to one of our _____.
- a) leaflets b) pop-ups c) billboards
- 2 An effective advert is one that _____ the consumer to buy the product or service it advertises.
- a) influence b) promotes c) persuades
- 3 The bulk of mobile advertising is still focused on _____ ads and text messages, but some companies are experimenting with offering free video clips supported by ads screened before and after.
- a) target b) banner c) point-of-sale
- 4 The good news about celebrity _____ is that companies can always sack the celebrity if he or she falls into disgrace
- a) endorsement b) hoardings c) advertorials
- 5 Some internet service providers now use technology to track the web-surfing habits of their internet users to enable them to _____ advertising more tightly.
- a) target b) place c) pop-up

Ex.5. Complete the conversation using the correct form of the verbs in brackets.

- A How did you get your job at Solarworld, Hans?
- B It's kind of a funny story. I _____²⁹ (finish) university with a degree in IT but I hadn't been able to find the job I wanted. So, while I _____³⁰ (look) for a real job, I got a job driving a delivery van for an office supply company and, at the same time, I was applying for lots of jobs in business.
- A So did you apply to Solarworld?
- B Well, I wrote them a letter and enclosed my CV but I _____³¹ (send) a very short response saying they weren't interviewing.
- A So what happened?
- B Well, I had to make a delivery to Solarworld one day. My company _____³² (receive) their order for some desks the week before. And while I _____³³ (deliver) the desks, one of their IT guys was trying to fix a computer for a manager and he just couldn't do it. The manager was getting really angry. So I asked if I could have a look. I think they were both shocked but they let me try.
- A OK, I can guess what _____³⁴ (happen)!

B It was a basic problem and I solved it right then. And soon after, I was managing that guy who couldn't solve the problem. The first thing I did _____³⁵ (be) to make sure he _____³⁶ (give) some training!

Ex. 6. Look through the following business letter and fill in the gaps (1-8).

- a) highlighted
- b) order
- c) require
- d) offer
- e) promotions
- f) discount
- g) enclosed
- h) requested

Dear Ms White

Catalogue and Price List

As 1 _____, please find 2 _____ our catalogue and price list for your attention. All of our 3 _____ which are new this year are 4 _____ NEW in the top left hand corner for each item. They can all be viewed in greater detail on our website www.softy.co.uk on the new promotions webpage. As an introductory 5 _____, they are all available to you until the end of this calendar year at an additional 6 _____ of 5% from list price. Should you 7 _____ further information, please do not hesitate to contact me. Should I be unavailable, my personal assistant, Ms Violet Rose, will be very pleased to help you. We look forward to receiving your 8 _____ in the near future.

Yours sincerely

Ex.7 Find and correct the error in each sentence.

- 45 You shouldn't to ask for a discount.
- 46 We decided outsource the design work to a firm in India.
- 47 Where do you go right now?
- 48 I'm leaving now and I give you a lift if you like.
- 49 I don't know if we will be hire a new sales assistant this quarter.

Ex. 8. Write the phrasal verb which can form word partnerships with all the nouns and noun phrases in each line.

- 1 to the job / the standards / someone's expectations
- 2 1 to your homework / your keys when you leave the hotel / your resignation
- 3 to extra work / responsibility for something
- 4 to a hard time / heavy criticism
- 5 to issues / enquiries / complaints / problems
- 6 to an argument / a plan / a suggestion / a proposal

Ex.9. Translate the following sentences into English

1. Различные виды ценных бумаг продаются и покупаются на фондовой бирже.

2. Я бы взял ипотечный кредит, если бы процентная ставка была ниже.

3. Привлечение известных людей для рекламы продукции может как увеличить продажи товара, так и негативно сказаться на репутации компании.

4. Вам надо было отправлять резюме вместе с сопроводительным письмом. Тогда было бы больше шансов, что работодатель его заметит и пригласит вас на собеседование.

5. Выписка со счет всегда позволит вам знать, есть ли у вас задолженность.

Ex. 10. Write an email based on the following brief. Write about 100 words.

r

You are the manager of a computer salesroom. Sales have dropped slightly over recent months, and you feel that your salespeople could be working more effectively. You are concerned that some of your salespeople don't say enough to the customers about the products and that others talk too much.

Write an email to the sales staff

- reminding them about talking to the customers
- reminding them about listening to the customers
- promising a pay rise if sales increase.

To: All sales staff
Cc:
Subject: Recent sales

To: All sales staff

Тема 12. Субъектно-объектные отношения в рамках ведения бизнеса.

Ex.1. Read the article 'Conflict management' and cover the gaps with missing statements.

e.g. A. Fight or flight. - 0

A. Fight or flight.

B. Assume positive intentions.

C. Don't bring up the past

D. Make sure it's a two-way conversation

E. Listen and be open to change

F. Consider the best time and place for the conversation.

G. Be specific about the issue and the impact

H. Take responsibility for your part in the problem

Conflict management

Knowing how to handle conflict is an important professional skill. Conflict at work can affect the motivation and well-being of staff and create unnecessary distractions and stress. People with conflict management skills resolve disagreements quickly and effectively, enabling effective teamwork and maximum productivity. Conflict management can be challenging, but people who do it well are highly valued by their colleagues and companies. **0 - A.** When conflict arises, we can often see nature's fight-or-flight response – either attacking the enemy or running away. The 'fight' reaction is when people start to prepare themselves for an argument. But by getting aggressive, they might not only damage their relationships but also miss the chance of growing through constructive feedback. So how can we go beyond our immediate reactions to make conflict a source of trust-building and development? Here are eight tips to help us manage conflict successfully. 1. _____ While it is important to talk about the issue, doing it in the wrong place and in front of the wrong people can result in embarrassment and an inability to truly listen. If possible, make an appointment to sit down and talk through the issue with the people involved. 2. _____ If you walk into a conversation assuming that you're not liked or that you're going to be attacked, you'll most likely spend that time defending yourself and feeling angry and hurt. Remember that you're going through this process because people want to resolve the issue and get along. So start by assuming that their intentions are positive and that the things they are going to say are for the good of the team. This will allow for an open conversation that aims to improve the situation rather than make it worse. 3. _____ A conversation is not a monologue. It is not a chance for one party to list all the things they are angry and unhappy about without letting the other person react. A real conversation allows all parties to share their perspectives and collaborate to find a satisfactory way forward. 4. _____ Many of us think we listen but instead are simply waiting for our chance to respond. Put your thoughts aside for the moment and truly listen when the other person is speaking. Growth and development are only possible if you allow their words to change you.

5. _____. It's easy to generalise and make broad accusations, for example using statements such as You always ... or You never ... However, this often results in a defensive response. Instead, be specific about what the issue is, give examples and be clear about the impact of the problem. Be as objective as you can and avoid personal attacks.

6. _____. Some of us feel the need to bring up less relevant past events to gain an advantage over our conversation partner. This can make people feel defensive and distract everyone from the main point of the conversation. Try to focus on the main issue and how to make things better. 7. _____.

We are not perfect and we make mistakes. Consider how you might have contributed to the problem and take responsibility for it. This not only demonstrates your desire to work as a team but also shows that you are not just looking for an opportunity to blame the other party. 8. _____.

What steps can you take to resolve the problem? How can you avoid this happening again?

With careful management, conflicts can help us make the most of our differences and find a way of working together successfully.

Ex.2. Summarize the above article briefly (7 sentences).

Ex.3. Complete each sentence with a verb in the passive form.

- 1 The agenda for the planning meeting _____ last week. (to circulate)
- 2 The Sales Manager reported that prices _____ (to reduce).
- 3 She also announced that a new customer survey _____ (to carry out).
- 4 The aim of the survey is to assess in what ways sales _____ by fierce competition (to affect).

Ex.4. Complete sentences 1–5 with answers a), b) or c).

- 1 A lot of local businesses _____ adverts in our newspaper.
a) endorse b) target c) place
- 2 Creating clever and memorable _____ such as 'Mr Muscle loves the jobs you don't' is the job of advertising agencies.
a) slogans b) flyers c) samples
- 3 The company's new global advertising campaign, which will _____ in Japan, Europe and the US, will cost \$3m.
a) promote b) run c) sponsor
- 4 Many people are beginning to criticise the widespread practice of _____ marketing, in which companies recruit bloggers to talk about products in exchange for samples or promotions.
a) banner b) viral c) outdoor

Ex.5. Complete the sentences with a prefix and a word from the box. Prefixes may be used more than once.

over/de/ex/out/mis/ultra/co/reconfidence/locate/employees/spent/sold/nationalise/pro
duced/efficient/ valued/calculated

- 1 His _____ about getting the promotion led him to make some serious errors so he wasn't promoted after all.
- 2 We had to _____ the factory last year to a bigger site out of town.

- 3 They _____ the amount of money they needed to build the factory. In fact it cost much more than they thought it would.
- 4 The two CEOs _____ the training film for the two companies.
- 5 We _____ our competitors by 20% last year, making us the market leaders.
- 6 The government decided to _____ its electricity company in the hope of raising much needed cash.
- 7 Unfortunately, we _____ on the product design stage by 10%, which meant we had less money for the marketing campaign.

Ex. 6. Rearrange the sentences by using the Infinitive Structure-Subject with Infinitive.

e.g. 1. It is reported that more than a dozen Democrats are considering candidacies.

*More than a dozen Democrats **are reported to be considering** candidacies.*

1. **It is believed** that the two front-runners **are** a former security chief and current head of the Central Bank.
2. **It is expected** that EU finance ministers **will endorse** the proposal at their regular monthly meeting in Brussels on March 13.
3. **It is unlikely** that the building industry **has been reformed** from within.
4. **It seemed** that Bill Gates **had acknowledged** that reality last Friday.

Ex. 7. Cover the gaps (1-5) with relevant headings (A-F). One is extra.

- A. Keep a Paper Trail
- B. Share Progress
- C. Be Responsive
- D. Seek Referrals
- E. Get Feedback
- F. Create a Roadmap

How to Keep Clients

The whole point of client management is to retain your client. The way to do that is to make them happy and fulfill their expectations for the project. But how? Here are some practical tips to help.

1 _____

To live up to the principles stated above, you need to have a roadmap to show your clients, so they're not constantly chanting from the backseat, "Are we there yet?" You already have a project plan, but that's too detailed for the client's needs. Instead, you want to create a document that will show them what is happening, when it's happening and the date it should be completed. Stick to high-level tasks.

2 _____

As noted, communication is a critical factor to managing clients and keeping them informed and happy. It's up to the client whether you notify them about every task or just the milestones, but nothing is gained by avoiding the delivery of information. Keeping the client in the dark, whether intentionally or just because you're busy, is the worst thing you can do to a client.

3 _____

Everything needs documentation and a sign off. You want to have proof that work was completed satisfactorily for every party concerned. Those documents should be archived and stored on a platform accessible by both manager and client, like an online project management software with file storage. If

there are changes, everyone will have access to them, and there will be no misunderstandings because everything is outlined and shared.

4

When a client asks, you answer. That doesn't mean you drop everything, but it also doesn't mean you take your time responding. Set up a reasonable expectation for turnaround on any client question. It shouldn't be more than 24 hours, so no matter how busy you are, there is always some point in the day to take a minute to answer a client query.

5

Part of communications and being responsive is having a system in place to capture client feedback. Being heard is the flipside to speaking. You give your clients the space to talk, listen actively and then respond seriously. One way to make sure all these steps are taken, and nothing falls through the crack, is to have a process. That can be email, meetings or whatever works.

***Ex. 8. Read and summarize the article below about personal shoppers and sentences 1–8.
For each sentence 1–8 mark one letter (A, B or C).***

Personal shoppers are available for the consumer who has spending power but not the luxury of time to go shopping. By paying for the services of an expert to do their shopping - whether for gifts, luxury items or everyday necessities - the consumer can 'buy back time', and shopping need not interrupt their hectic lifestyle schedule.

There are two kinds of personal shopper. The first works as a consultant within an up-market department store or boutique, and is employed by the store. Their services form part of the general customer services provided by the store, but in some cases the customer also has to pay a fee for their services. The famous Bloomingdale's department store in New York advertises the services of personal shoppers who study the customer's requirements carefully and "pre-shop the store" for them. In other words, they pick out a selection of possible items from the store, which the client can look at and choose from in a private room at the store. These 'in-store' personal shoppers also offer services such as informing customers of current special offers, wrapping purchases bought as presents, arranging alterations, and organizing the shipment or delivery of the items.

A second kind of personal shopper works as a freelance consultant dealing with individual clients rather than being employed by a particular boutique or department store. Because this kind of personal shopper are paid for by the client not a store, he or she will use their wide knowledge of the retail market to identify and locate their client's purchasing requirements. They also usually act as style advisers, and can help individual clients understand what colour and fashion is right for them. Catherine Fenwick is a personal shopping consultant based in London. 'If you don't have time to shop, or life's too hectic, or if you're not sure what colours or clothes suit your looks, I can help you,' she promises her customers. She also works within the customer's budget, helping them to save – as well as spend – their money.

With low-cost, no frills shopping on the rise at the low and middle end of the market, there is still a significant number of high-end consumers willing to pay extra for personal advice and attention.

1 Some consumers pay to use personal shoppers because

A they have plenty of money but they are too busy to go shopping.

B they are rich but they don't like shopping.

C they need to buy gifts and luxury items every day.

2 Personal shoppers working in big department stores are always

A there to provide a free customer service.

B employed by the store but sometimes also paid by the customer.

- C employed by the store and also paid by the customer.
- 3 A personal shopper at Bloomingdale's department store in New York
- A learns about customer requirements at university.
 - B advertises their services in shops around the city.
 - C chooses items from the store for the customer to look at.
- 4 Bloomingdale's personal shoppers can also help with
- A gift-wrapping, store cards and altering shipments and deliveries.
 - B special offers, refunds and childcare.
 - C store information, gift-wrapping and organizing deliveries.
- 5 Freelance personal shoppers
- A are employed by individual clients.
 - B visit different markets to find what their client requires.
 - C offer a free service.
- 6 A freelance personal shopper is more likely to give good advice because they
- A work on behalf of the client rather than a store.
 - B are paid more money.
 - C work in a large city.
- 7 Catherine Fenwick helps her clients to
- A look at suits and save money.
 - B buy suits that are the right colour for them.
 - C look good and not spend too much money.
- 8 In the final paragraph, the writer suggests that consumers who use personal shoppers
- A remain an important feature of the high-end retail market.
 - B will increase at the low and middle end of the market.
 - C will pay extra for personal advice and attention in the future.

Ex.9 Translate the following sentences into English

56. Кандидатам, успешно прошедшим испытательный срок, будут предложены хорошие бонусы в виде бесплатных обедов в офисе и спортивного зала.

57. Если мы увеличим наш годовой товарооборот, то, возможно, цены на наши акции увеличатся на 30%.

58. Скрытая реклама считается одним из наиболее дорогих методов рекламы, однако ее эффективность бесспорна.

59. Центральные офис компании принял решение провести массовые сокращения в дочерних компаниях.

Ex.10. Study the case 'DEALING WITH LATE PAYING CLIENTS' Suggest the best solution to the problem.

DEALING WITH LATE PAYING CLIENTS

We all hope that clients will pay on time, but the fact is that most businesses have to deal with lateness at some point or another. How you deal with it can make all the difference, and this case study reveals a smart strategy. When a client wrote to check in on the progress of work, a web developer replied that she was hesitant to work quickly for that client because she was still waiting on payments for month-old work. This immediately got the attention of the clients, who contacted her and discovered that their checks were not going to the right address.

The problem was solved almost instantaneously, enforcing both leverage and rewarding positive behavior. However, it was risky, and the client criticized her for not sharing a warning before coming to a difficult point.

How would you solve that problem? _____

Критерии оценки (в баллах):

2 балла выставляется обучающемуся, если задания по каждой теме выполнен в полном объеме (85 и более %), продемонстрирован высокий уровень владения лексикой, терминологией, грамматикой; уровень сформированности компетенций соответствует продвинутому уровню;

1,8 балла выставляется обучающемуся, если задания по каждой теме выполнен по большей части (70-84%), продемонстрирован хороший уровень владения лексикой, терминологией, грамматикой; уровень сформированности компетенций соответствует повышенному уровню;

1,5 балла выставляется обучающемуся, если задания по каждой теме выполнен наполовину (50-69%), продемонстрирован базовый уровень владения лексикой, терминологией, грамматикой. Уровень сформированности компетенций соответствует базовому уровню;

1-0,5 балла выставляется обучающемуся за задания по каждой теме, если тест выполнен в объеме меньше половины (до 50%), продемонстрирован базовый, с ошибками, уровень владения лексикой, терминологией, грамматикой; уровень сформированности компетенций соответствует базовому, с ошибками, уровню;

0 баллов выставляется обучающемуся, если задания не выполнен вообще.

Задания для творческого рейтинга

Тематика групповых, индивидуальных проектов

Индивидуальные проекты

Индикаторы достижения: УК-4.2., УК-4.3.

Тема 12. Субъектно-объектные отношения в рамках ведения бизнеса

1. Составить краткое электронное письмо – урегулирование конфликта: предложить лучший вариант решения проблемы кейса.
2. Подготовить устный обзор последних новостей в области бизнеса и экономике с использованием зарубежных сайтов СМИ (Euronews, VOA и др.).

Групповые проекты

Индикаторы достижения: УК-4.2., УК-4.3.

Тема 9. Презентация бизнес-идей.

1. Подготовить открытую лекцию на английском языке для потенциальных абитуриентов направления Экономика.
2. Подготовить критический анализ по заданной статье экономической направленности из журнала ««Harvard Business Review».

Тема 10. Деловые встречи, собрания, поездки и конференции.

1. Составить рабочие программы для пленарного заседания и 10 панельных дискуссий для проведения международной конференции по экономике.
2. Подготовить критический анализ по заданной статье экономической направленности из журнала «The Economist».

Тема 11. Деловая документация: отчеты и предложения.

1. Разработать кейс для оценки менеджеров по продажам лекарственных препаратов.
2. Подготовить критический анализ по заданной статье экономической направленности из журнала ««Harvard Business Review».

Тема 12. Субъектно-объектные отношения в рамках ведения бизнеса

1. Проанализировать кейс-задачу по заданной тематике «Эффективность различных методов урегулирования конфликта с потребителем» и провести мозговой штурм по поиску оптимального решения.
2. Подготовить критический анализ по заданной статье экономической направленности из журнала «The Economist».

Критерии оценки (в баллах):

5-4 балла выставляется обучающемуся, если проект полностью соответствует требованиям, к структуре, содержанию, оформлению и реализации проекта. Выполнен самостоятельно с использованием необходимой теоретической и практической базы. Проект защищен на высоком уровне. Ответы на вопросы грамотные и полные. Уровень освоения компетенций соответствует продвинутому уровню.

3-2 балла выставляется обучающемуся, если проект в целом соответствует требованиям, предъявляемым к структуре, содержанию, оформлению и реализации проекта, обучающийся демонстрирует умение работать с материалом, создавать качественные и тщательно проработанные проекты, используя несколько инструментов для исследования. Ответы на вопросы полные. Уровень освоения компетенций соответствует повышенному уровню.

1,5-1 балл выставляется обучающемуся, если проект частично соответствует требованиям, предъявляемым к структуре, содержанию, оформлению и реализации проекта. Содержание работы раскрывает тему, но является неполным. Ответы на вопросы неполные либо отсутствуют. Уровень освоения компетенций соответствует базовому уровню.

0 баллов выставляется обучающемуся, если проект не соответствует требованиям к структуре, содержанию, оформлению и реализации проекта. Содержание проекта частично или полностью не соответствует теме. Отсутствуют необходимые вычисления. Выводы отсутствуют. Ответы на вопросы отсутствуют.

1 семестр

Типовая структура зачетного задания

<i>Наименование</i>	<i>Максимальное количество баллов</i>
Вопрос 1	20 баллов
Практическое задание (Мини-презентация)	20 баллов

Задания, включаемые в зачетное задание

Типовой перечень вопросов к зачету:

1. Опишите этапы, которые проходит кандидат при приёме на работу.
2. Какие каверзные вопросы часто задают во время собеседования?
3. Как успешно пройти собеседование?
4. Какие способы мотивации персонала считаются наиболее эффективными?
5. Как вы считаете: лидером можно стать или им рождаются? Аргументируйте вашу позицию.
6. Какими качествами должен обладать лидер? Какие типы компаний вы знаете? Приведите примеры.
7. Расскажите о типах иерархии в организации и должностных обязанностях работников.
8. Какие стили управления компанией вы знаете? В чём заключаются их преимущества и недостатки?
9. Каковы признаки успешных компаний? Назовите возможные пути повышения квалификации и обучения персонала? Приведите примеры из российской практики.
10. Назовите возможные пути повышения квалификации и обучения персонала? Приведите примеры из зарубежной практики.
11. Какие пути оптимизация кадровой политики в компании вам известны?
12. Как пройти собеседование в зарубежной компании?
13. Назовите бизнес модели и приведите примеры их реализации.
14. Какие типы организационных структур управления компанией существуют?
15. Расскажите о различных источниках финансирования новых компаний.
16. Какие существуют определения термина «Luxury Management»? Приведите примеры данного явления в различных отраслях.

17. Какие способы продвижения бренда на рынке актуальны? Приведи пример традиционных и инновационных методов продвижения бренда.
18. Опишите жизненный цикл продукта. Детально расскажите о каждом этапе. Как вы считаете: лидером можно стать или им рождаются? Аргументируйте вашу позицию.
19. Какие формы организации рынка вы знаете? Какие факторы влияют на развитие рынка?
20. Что такое электронная торговля? В чем заключаются ее преимущества и недостатки?

Тематика мини-презентаций

1. Развитие и обучение персонала.
2. Стратегии продвижения товаров на рынке.
3. Развитие и запуск нового продукта.
4. Особенности ведения деловых переговоров в разных странах.
5. Финансирование новых компаний.
6. Формирование лояльности у потребителя.
7. Презентации бизнес-идей.
8. Внутренняя и внешняя коммуникация в компании.
9. Новейшие достижения научно-технического прогресса.
10. Бизнес этикет и корпоративная культура.
11. Структура компании.
12. Оптимизация кадровой политики в компании.
13. Сокращение персонала.
14. Социальные программы по адаптации сокращенных сотрудников.
15. Реализация рабочих проектов в компаниях с различными корпоративными культурами.
16. Особенности развития и запуска нового продукта в условиях насыщенного рынка товаров.
17. Роль глобализации в развитии экономики.
18. Новейшие достижения научно-технического прогресса.
19. Конкурентное преимущество как залог успеха при запуске нового продукта.
20. Использование Интернета в продвижении товаров на рынке.
21. Современные маркетинговые приемы, используемые компаниями, при запуске нового бренда.
22. Искусство презентации.
23. Основные составляющие успешной презентации.
24. Критерии оценки деловой презентации.

Критерии оценки (в баллах):

- Титульный слайд с заголовком – 1 балл.
- Дизайн слайдов, использование дополнительных эффектов Power Point (смена слайдов, звук, графики) – 3 балла.
- Слайды представлены в логической последовательности – 2 балл.
- Список источников информации – 2 балл.
- Найден ли ответ на вопрос для группы – 4 балла.
- Правильность и точность речи во время защиты презентации – 5 балла.
- Текст хорошо написан и сформированные идеи ясно изложены и структурированы – 3 балла.

2 семестр

Типовая структура экзаменационного билета

<i>Наименование</i>	<i>Максимальное количество баллов</i>
Вопрос 1.	20 баллов
Практическое задание (Кейс)	20 баллов

Задания, включаемые в экзаменационный билет

Типовой перечень вопросов к экзамену:

1. Differences between leaders and managers. Which of the skills/qualities do you think are necessary for business leaders, which for managers, and which for both?
2. The advantages of sales events for the company which holds them. How do they differ from conferences or trade fairs?
3. Describe the culture of the company where you work.
4. Opportunities and threats for a company trying to break into a new market in a different country
5. The best ways of cracking a big company market
6. Describe the duties of your position in the company where you work.
7. Differences between franchising and startup.
8. Advantages of startups
9. Disadvantages of startups
10. When Work and Life Overlap: The Pros and Cons of Boundary Violations
11. Disadvantages of franchising
12. Advantages of franchising
13. How is it possible for a company to achieve a competitive advantage?
14. When should a company decide to extend/diversify its product range? When should a company decide the opposite?
15. What could be opportunities and dangers for a company trying to break into a new market in a different country?
16. How effective is advertising in comparison with other promotional activities? Is measuring the effectiveness of advertising an easy job? Why is it important to measure it?
17. How can the internet be used to promote products? Direct-response advertising. Viral advertising. How can internet advertising be combined with other forms of promotional activity?
18. Which ways of selling does your company find most effective(e.g. visits from company reps, e-sales, sales events, retail sales, etc.)?Comment on each of them. Which methods does it use most often to source services, products? Why?
19. What are the main reasons for work-related stress? How can it affect business performance? What can employers do to reduce it?
20. Speak about four types of management-employee relationship (paternalistic, adversarial, transactional, partnership). Which would you feel most /least comfortable with? Which do you find most/least conflictive and why?

Кейсы

Case 1.

John Grigg is Personnel and training manager for a US-based food company which sometimes transfers executives to its overseas subsidiaries, either because the overseas posting will give them useful experience.

Transferring staff overseas is costly for the company and can be a traumatic experience for the executives. Nevertheless, John Grigg is disappointed with his company's experience in relocating executives. In the past two years, there have been ten postings and five of these have been unsuccessful.

Two staff had insisted on returning to head office after a few months abroad; two had left the company soon after their posting had ended and one man had had a nervous breakdown during the posting.

Food technologist posted to Montreal, Canada:

«Nothing» went right from the start. We spent the first nine months in a hotel because we couldn't get suitable accommodation. My wife never stopped complaining. She hated the cold winter and the Canadian way of life, «All they ever think about is ice-hockey», she used to say. She never really wanted to come to Montreal anyway. She had to give up a great job as Office Manager when I was transferred. I didn't enjoy the job there much because I didn't get on with my colleagues. My French isn't bad, but I certainly couldn't understand the sort of French they spoke.

Case 2.

John Grigg is Personnel and training manager for a US-based food company which sometimes transfers executives to its overseas subsidiaries, either because the overseas posting will give them useful experience.

Transferring staff overseas is costly for the company and can be a traumatic experience for the executives. Nevertheless, John Grigg is disappointed with his company's experience in relocating executives. In the past two years, there have been ten postings and five of these have been unsuccessful. Two staff had insisted on returning to head office after a few months abroad; two had left the company soon after their posting had ended and one man had had a nervous breakdown during the posting.

Marketing executive posted to an African subsidiary:

«I'd say my overseas posting cost me over \$50.000. I had to sell my house at a loss because property prices were low at the time of my transfer. When I got there, I was amazed at the cost of living». I tell you, I couldn't save a cent. And living conditions were unbelievable. One time, I had to go without a bath for a month because of water shortage. The job was awful. My African boss obviously didn't want me there – or any American for that matter. When I got back to head office three years later, I expected to become Marketing Manager. But someone else got the job.

Case 3.

John Grigg is Personnel and training manager for a US-based food company which sometimes transfers executives to its overseas subsidiaries, either because the overseas posting will give them useful experience.

Transferring staff overseas is costly for the company and can be a traumatic experience for the executives. Nevertheless, John Grigg is disappointed with his company's experience in relocating executives. In the past two years, there have been ten postings and five of these have been unsuccessful. Two staff had insisted on returning to head office after a few months abroad; two had left the company soon after their posting had ended and one man had had a nervous breakdown during the posting.

Financial Director posted to the Middle East:

«Don't talk to me about foreign postings. You disrupt your family life, sell your house, and they send you off to some country which is either boiling hot or freezing cold. You try to adapt to the way of life in the country, which is often completely alien to you, and to do a good job. Then you come back after few years and nobody wants to know, they look at you as if you're ghost!».

Case 4.

Fidelity Insurance Co Ltd.

When Charles Welby became manager of the Manchester branch of the Fidelity Insurance Company he had some strong views on how to get the best out of his staff. "Treat them considerately and they will respond by giving their best." Noble sentiments. Most of his staff did respond positively but one of his younger staff has disappointed him.

Alison Page.

Charles does not have any formal signing-on procedure, but either he or his Assistant Manager are generally around at nine o'clock to see that staff arrive punctually. If anyone arrives late persistently,

Charles has a word with them. Alison has been more than ten minutes late on no less than fifteen occasions during the past month. When asked for an explanation she said she depends on her boyfriend who brings her into town in his car. They seem to run into a lot of traffic jams – and Alison’s boyfriend does not have to get into work until 9.30. He works in a local accountant’s office. Her work generally satisfactory, but Charles is concerned because she tends to be back late from lunch and is very much “a clock-watcher”. She is proving to be a bad influence on the other girls.

Case 5.

Fidelity Insurance Co Ltd.

When Charles Welby became manager of the Manchester branch of the Fidelity Insurance Company he had some strong views on how to get the best out of his staff. “Treat them considerately and they will respond by giving their best.” Noble sentiments. Most of his staff did respond positively but one of his younger staff has disappointed him.

Richard Meacher.

This young man is very moody. On occasions he has been rude to the Assistant Manager in front of other members of staff and Charles is aware of a personality clash between the two. Even more disturbing is the fact that a customer has recently complained about his attitude over the telephone. Richard was contrite when Charles spoke to him subsequently. It transpired that there were difficulties at home. Richard’s mother and father were divorced. He had stayed with his father who was now considering remarriage. There were resulting frictions between father and son.

Richard has been having odd days off work for each of the past six weeks. He has had “a sore throat”, “biliousness”, “a migraine”, “a tummy upset “ and of course a couple of “colds”.

According to the Assistant Manager, Richard’s work is slightly below standard, and he is inclined to be scruffy in dress for an insurance office.

Case 6.

Peter Jones, the enthusiastic, newly-appointed production manager at Jones Furniture Factory, looked somewhat disturbed as he went for lunch last Friday. “I cannot understand it!” – he told Betty Smith, his personal assistant, “Three people gave in their notice this morning”.

“What’s it about them?” – asked Betty anxiously – her future depended on Peter’s success.

“You remember, Betty, that we saw those management consultants last week. They told me on Monday that all this “hand-made” furniture was a load of rubbish, really. We could turn out a great many more chairs at lower cost – they might look alike but that’s a risk I’m prepared to take.

“Well, we got this expert to time the staff when they were not looking and he thinks we can half the times. I sent him down on Tuesday to show the workers exactly how to do the job, so they don’t make a mistake. We must keep up the quality as well as quantity. Tony Harris who’s been here donkey’s years gave his notice in first. I rather thought he would – the “craftsman” type but what shook me was Frank Watts and Dick Morris – both young lads!”

“You’d better have a stiff drink now”, advised Betty.

Case 7.

Things were certainly going wrong at Kenby Electrics. There had been a thunderstorm, water had leaked through the roof and was dripping slowly but steadily on a junction box. Fred Fox was busy replacing a fuse in the box (there had been a surge of the power during the storm, the fuse had blown and work had stopped in the workshop), with a great deal of haste as production needed to restart quickly.

John Jones, the Safety Officer, entered the shop just as Fred pulled the lever over to “ON” and the machines started. “Just a minute “he shouted. “Switch that thing off again at once!” Fred obliged. “Now”, continued Jones “Leave your machines and organize someone to get into the roof to plug the leak. Come on, you are wasting time!”

At that moment Len Wilson, the supervisor, entered the department. “What are you playing at, Jones?” he shouted. “These are my men not yours.”

“They are on safety work now and that is my responsibility”, Jones replied.

Case 8.

The time is almost midnight, Sheldon Chief Executive of Reprox, a photocopying equipment firm, sits in an armchair, looking shocked. He has just had a phone call from Donald, his Marketing Manager, and what Donald has told him is very worrying.

Apparently, the previous night, Donald had gone to a local restaurant with his wife. There he had seen the firm's top salesman, Melvin, having dinner with a woman. Donald had been amazed at Melvin's choice of a dining companion, for the woman was Lois Markham an executive from Hitex, one of their main competitors.

The next day, Donald called Melvin to his office, intending to give the top salesman a quiet warning about mixing with an enemy. However, the conversation did not go as planned.

"If you must know, I've been living with Lois for about a year now. And I might very well marry her."

Melvin said, "but I don't see that it's any business of this company's/"

"Come on now, don't be so naive," Don answered. "Think of the security aspect. We are in a competitive business – it's dog eat dog."

"I haven't done anything wrong. You've no right to interfere in my private life. And if you start doing so, maybe I'll have to look for another job."

Sheldon considered the problem. Should he turn a blind eye to what was going on? Or was some sort of action needed on his part?

Case 9.

Mark was a regional manager for an American financial company. He had been sent to work in the Brazilian office of his organization for a two-year period. He found that his new manager interfered with his work and did not involve him in decisions. He also resented being so far away from his family. Mark's work began to suffer, and his manager confronted him about his performance.

Mark explained what he wanted from his job. He mentioned that he had been given latitude in decision making in his past job, and he also explained that he wanted to be able to spend some time with his family. His boss was sympathetic and agreed broad parameters so that Mark could have more authority. His contract was changed to allow for a trip home twice a year. Mark's motivation levels began to improve dramatically.

In this example, a manager felt that his values and input were not being respected. His motivation levels fell. When he discussed his feelings with his manager, the issue was resolved and his motivation levels started to rise.

Case 10.

Alice and Jean were two friends who met at a local knitting class. Alice soon found she was a skilled knitting machine operator, while Jean discovered she had a talent for designing patterns.

When the course was over, each found time on her hands, but already they had received several enquiries from other friends and acquaintances for cardigans and jumpers, and from time to time they got together to help each other out. One day, Jean said "Look here, Alice, why don't we organize ourselves on a regular basis and try to make some extra cash as well as helping our friends out?" "Alice was a bit doubtful. "It is true", - she replied. "I'm quite good at machine knitting, and you've quite a flair for designing knitting patterns but what about keeping accounts, and VAT? And there's another thing, if we're going to do this properly I'll need a new knitting machine."

Jean was now less confident: «I hadn't thought of that- and what do we do when we've run out of orders- I don't see myself as a sales assistant. We'd need help».

Case 11.

Successful brands draw the attention of competitors and, unfortunately, some may respond with illegal reproductions, which is called counterfeiting. In the case of counterfeiting, a well-known brand name is used by a usually illegally operating company, which is not the owner of the brand name.

Perry of Unilever humorously illustrates the problem of counterfeit brands: "I have no problem with sitting at the same table as my competitors, but I will not tolerate them eating from my plate."

Counterfeiting leads to a financial loss for the lawful owner of the brand. World-wide, trade in counterfeited products totals \$120-\$180 billion (approx. 3-5% of world trade).

Market in Spain is one of many instances where products are available which look very similar to recognized brands, often with only very small changes; for example, the differences between a bottle prominently labeled Gordon's Dry Gin and another labeled Gord's Dry Gin, with an almost identically coloured label and the same shape of bottle, may not be noticed by consumers who are only giving the product a cursory glance.

This trade is not limited to perfume, clothing, shoes, watches, and alcoholic drinks; the counterfeiting industry even brings medicines and fake parts for planes and nuclear power stations onto the market.

To protect their valuable assets, trademark registration offers legal protection against counterfeiters. This protection is in theory international; however, some countries, particularly in southeast Asia, are not as diligent in their legal systems as many brand owners would wish. The software company Microsoft has complained repeatedly about counterfeiting and trademark infringement of its products in the Far East.

Some firms are trying to turn threats from counterfeiters into brand opportunities. For example, Volvo ran an advertising campaign extolling the virtues of its spare parts brands over pirate copies, using the slogan: "If your Volvo could fly, would you use anything but genuine Volvo parts?"

Case 12.

Ersoy Afsar is Human Resource Manager of a big concern in the hospitality industry, called "Vavoon". Vavoon has three business units: a hotel with 150 beds, a conference centre (situated in a beautiful castle) and a holiday park. The businesses are all located in Great Britain. Employing almost 300 people, Ersoy has a busy job, which causes him a lot of stress, especially since there had been significant changes taking place.

Imagine two months ago:

Completely unexpected, the F&B manager who was responsible for all the three business unit quit his job due to an offer he got from another conference hotel. Taking the position as an F&B manager there resulted in three major advantages for him. First of all this hotel is located nearer to his home. Second, the workload is not too high and finally he would even earn more in the new job.

Furthermore, the head of the maintenance department of Vavoon, who was also responsible for all the three businesses, decided that it was time for another job. She wanted a change in her career life and therefore applied as a receptionist at the front office of another hotel.

Last but not least the manager of the marketing department decided to leave after six years of working and developing marketing plans for the entire concern. Ersoy especially regretted that she left since he thought that she was one of the most loyal employees they ever had. He knew it would be very hard to find such a loyal and qualitative employee again.

Ersoy had to make a couple of decisions now:

Ersoy was about to hire expensive employees from a temporary employment agency (time for a "help wanted" ad in the newspaper was out of the question anyway), but at the last moment the assistant-F&B of the hotel rushed into his office, mentioning her interest in succeeding her previous boss. Actually Ersoy had not thought about this option and did not quite know whether she was ready for this promotion. But because of the situation (high season and no F&B-manager), he felt he had no time to think twice and concluded from her application form that she was capable.

And as far as the maintenance department was concerned, Ersoy was saved by a capable "walk-in".

To find somebody who would take over the vacancy in the marketing department turned out to be more complicated. Ersoy was already getting desperate in looking for the right person when his colleague, Henry Hooch, who works for the Sheraton Parktower Hotel in London, and who studied hotel management together with Ersoy at Cambridge University, gave him a call. He asked him if Ersoy could offer a position in the marketing department of one of the three businesses. Ersoy told him that he had a

vacancy to fill in. They discussed if the person Henry had in mind would fit for the job and decided that he would. Therefore Ersoy called him and invited him for a job interview. Two weeks later he was hired.

Показатели и критерии оценивания планируемых результатов освоения компетенций и результатов обучения, шкала оценивания

Шкала оценивания		Формируемые компетенции	Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций
85 – 100 баллов	«отлично»/ «зачтено»	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном (ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.2. Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на мероприятиях различного формата, включая международные	Знает верно и в полном объеме: основные концепции организации межличностного взаимодействия в информационной среде Умеет верно и в полном объеме: владеть навыками и умениями установления и развития академических и профессиональных контактов, в т.ч. в международной среде, в соответствии с целями, задачами и условиями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия	Продвинутый
			УК-4.3. Принимает участие в академических и профессиональных дискуссиях, в том числе на иностранном(ых) языке(ах)	Умеет верно и в полном объеме: - воспринимать и анализировать информацию на государственном языке РФ и иностранном языке в процессе академического и профессионального взаимодействия; - принимать участие в академических и профессиональных дискуссиях на государственном языке РФ и/или иностранном языке, аргументированно отстаивая свои позиции и идеи	
70 – 84 баллов	«хорошо»/ «зачтено»	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном (ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.2. Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на мероприятиях различного формата, включая международные	Знает с незначительными замечаниями: основные концепции организации межличностного взаимодействия в информационной среде Умеет с незначительными замечаниями: владеть навыками и умениями установления и развития академических и профессиональных контактов, в т.ч. в международной среде, в соответствии с целями, задачами и условиями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия	Повышенный
			УК-4.3. Принимает участие в академических и профессиональных дискуссиях, в том числе на	Умеет с незначительными замечаниями: - воспринимать и анализировать информацию на государственном языке РФ и иностранном языке в процессе академического и профессионального взаимодействия;	

			иностранном(ых) языке(ах)	- принимать участие в академических и профессиональных дискуссиях на государственном языке РФ и/или иностранном языке, аргументированно отстаивая свои позиции и идеи	
50 – 69 баллов	«удовлетворительно»/«зачтено»	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном (ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.2. Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на мероприятиях различного формата, включая международные	Знает на базовом уровне, с ошибками: основные концепции организации межличностного взаимодействия в информационной среде Умеет на базовом уровне, с ошибками: владеть навыками и умениями установления и развития академических и профессиональных контактов, в т.ч. в международной среде, в соответствии с целями, задачами и условиями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия	Базовый
			УК-4.3. Принимает участие в академических и профессиональных дискуссиях, в том числе на иностранном(ых) языке(ах)	Умеет на базовом уровне, с ошибками: - воспринимать и анализировать информацию на государственном языке РФ и иностранном языке в процессе академического и профессионального взаимодействия; - принимать участие в академических и профессиональных дискуссиях на государственном языке РФ и/или иностранном языке, аргументированно отстаивая свои позиции и идеи	
менее 50 баллов	«неудовлетительно»/«не зачтено»	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном (ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.2. Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на мероприятиях различного формата, включая международные	Не знает на базовом уровне: основные концепции организации межличностного взаимодействия в информационной среде Не умеет на базовом уровне: владеть навыками и умениями установления и развития академических и профессиональных контактов, в т.ч. в международной среде, в соответствии с целями, задачами и условиями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия	Компетенции не сформированы
			УК-4.3. Принимает участие в академических и профессиональных дискуссиях, в том числе на иностранном(ых) языке(ах)	Не умеет на базовом уровне: - воспринимать и анализировать информацию на государственном языке РФ и иностранном языке в процессе академического и профессионального взаимодействия; - принимать участие в академических и профессиональных дискуссиях на государственном языке РФ и/или иностранном языке, аргументированно отстаивая свои позиции и идеи	