

1 Учебно-программная документация

1.1 Учебная программа по учебной дисциплине

Учреждение образования “Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
“Белорусский государственный
экономический университет”

_____ В.Н. Шимов
“ ” _____ 2017 г.

Регистрационный № УД _____ / уч.

ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (второй уровень)

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине для специальности 1-26 81 01 «Бизнес-администрирование»

СОСТАВИТЕЛИ:

Могиленских Н.П., заведующий кафедрой межкультурной экономической коммуникации учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат филологических наук, доцент;

Заранская М.С., старший преподаватель кафедры межкультурной экономической коммуникации учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Малашенко Е.А., заведующий кафедрой английского и восточных языков учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат педагогических наук, доцент;

Гладко М.А., доцент кафедры речеведения и теории коммуникации учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет», кандидат филологических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой межкультурной экономической коммуникации учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 3 от 31.10.2017 г.);

Кафедрой романских языков учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 3 от 25.10.2017 г.);

Кафедрой немецкого языка учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 3 от 26.10.2017 г.);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № ____ от _____).

Пояснительная записка

В условиях развивающегося экономического рынка и широких международных связей практическое владение иностранным языком является неотъемлемым органическим компонентом современной подготовки специалистов в вузе. Иностранный язык становится рабочим инструментом, позволяющим магистранту постоянно совершенствовать свои знания, изучая современную иностранную литературу по соответствующей специальности.

Курс делового иностранного языка носит коммуникативно-ориентированный характер, цель которого заключается в приобретении академических, социально-личностных и профессиональных компетенций.

Выпускник магистратуры должен обладать следующими академическими компетенциями:

- владеть базовыми научно-теоретическими знаниями и применять их для решения теоретических и практических задач;
- владеть системным и сравнительным навыками;
- уметь работать самостоятельно;

Выпускник должен иметь следующие социально-личностные компетенции:

- обладать качествами гражданственности;
- быть способным к социальному взаимодействию;
- обладать способностью к межличностным коммуникациям;
- уметь работать в команде;
- ясно формулировать собственную позицию, находить и чётко излагать аргументы в её защиту.

Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями по видам деятельности, быть способным:

- организовывать творческие коллективы для решения социально-экономических задач и руководить ими;
- применять методы анализа и организации внедрения инноваций.

Целью освоения учебной дисциплины «Деловой иностранный язык (второй уровень)» является обеспечить овладение иностранным языком как средством делового общения в устной и письменной формах, формирование специальных навыков и умений, необходимых для реализации коммуникативных намерений в профессиональной деятельности, в сфере межкультурной коммуникации.

Изучение учебной дисциплины предполагает выполнение следующих **задач**:

- формирование навыков и умений активного речевого поведения в ситуациях общения делового человека;
- овладение грамматическими явлениями и синтаксическими конструкциями, типичными для языка делового и повседневного общения;
- изучение иноязычной лексики, относящейся к сфере деловой коммуникации, речевых клише;

- овладение формами речевого этикета;
- знакомство с основами языка бизнеса и экономики;
- развитие речевых умений говорения и аудирования в ситуациях деловой коммуникации;
- формирование коммуникативных навыков и умений, связанных с налаживанием и поддержанием деловых контактов;
- формирование навыков и умений письменной речи при ведении деловой корреспонденции;
- возможность читать в оригинале тексты по деловой, социологической и экономической тематике.
- ознакомление с национальными и культурными особенностями страны изучаемого языка;
- расширение кругозора магистрантов, повышения уровня их общей культуры и образования.

Данный курс построен на равноценном обучении устным и письменным формам общения и, таким образом, реализует потребность магистрантов в межличностной и межкультурной коммуникации с носителями языка и людьми, владеющими языком как средством общения. Во время освоения данной учебной дисциплины формируются умение заданного уровня во всех видах речевой деятельности.

Для достижения комплексной цели данной учебной дисциплины используются тематические тесты, периодическая печать по актуальным экономическим вопросам, информация, содержащаяся в деловой корреспонденции.

Особую познавательную ценность представляют аутентичные тексты учебных пособий, с помощью которых магистранты знакомятся с экономическими проблемами других стран.

Изучив учебную дисциплину «Деловой иностранный язык (второй уровень)» **магистрант должен иметь представление:**

- об основных грамматических явлениях, типичных для языка делового человека;
- об основах языка бизнеса и экономики.

Магистрант должен знать:

- лексический минимум, необходимый для общения в профессиональной среде, терминологию в рамках своей специальности;
- основные грамматические явления, характерные для устной и письменной профессиональной речи;
- основные особенности научного и делового стиля;
- правила речевого этикета при общении в профессиональной среде.

Магистрант должен уметь:

1) Аудирование

Понимать на слух диалогическую и монологическую речь в сфере деловой коммуникации; понимать на слух аутентичную речь на общие и профессиональные темы, произносимую в естественном темпе; полно и точно понимать на слух речь преподавателя и магистрантов во всех ситуациях, возникающих в учебном процессе; удерживать в памяти основное содержание услышанного и демонстрировать его понимание в различных формах (ответы на вопросы, ответы множественного выбора, передают краткое содержание текста); понимать развернутые доклады и лекции и содержащуюся в них сложную аргументацию, если тематика этих выступлений знакома; понимать 85 % новостных репортажей о текущих событиях; понимать содержание большинства фильмов, если их герои говорят на литературном языке.

2) Чтение

Читать и переводить со словарем неадаптированные тексты по специальности с целью получения профессиональной информации; работать с источниками информации (текущей прессой, письмами, корреспонденцией). Читать, используя в зависимости от характера текста и целевых установок разные виды чтения:

- чтение с целью понимать основное содержание текста;
- чтение, имея целью максимально точное и адекватное понимание текста с установкой на наблюдение за языковыми явлениями;
- чтение для извлечения основных видов информации;
- беглое чтение с целью определения круга рассматриваемых в тексте вопросов и основных положений автора (тексты экономической и общественно-политической тематики);
- чтение с целью быстрого нахождения определенной информации (литература справочного характера).

Понимать статьи и сообщения по современной проблематике.

3) Говорение

Задавать разные типы вопросов и отвечать на вопросы в ситуациях делового общения; высказываться с использованием наиболее употребительных лексико-грамматических средств в ситуациях неофициального и официального делового общения с учетом правил речевого этикета; сделать логически выстроенное и структурированное высказывание (презентацию) на профессиональную тему на английском языке; поддержать разговор на профессиональную тему с носителем языка без подготовки; принимать активное участие в дискуссии по знакомой проблеме, обосновывать и отстаивать свою точку зрения; понятно и обстоятельно высказываться по широкому кругу вопросов; объяснить свою точку зрения по актуальной проблеме, высказывая все аргументы «за» и «против».

4) Письмо

Выполнять письменные задания к прослушанному, увиденному, прочитанному; логично и аргументированно излагать свои мысли, соблюдая стилистические и жанровые особенности; писать понятные подробные сообщения по широкому кругу вопросов; писать эссе или доклады, освещая вопросы или аргументируя точку зрения «за» или «против»; владеть навыками составления частного и делового письма, правильно использовать соответствующие реквизиты и формулы письменного общения; грамотно и корректно вести деловую переписку; составлять письмо-запрос, письмо-подтверждение, письмо-отказ, письмо-рекламацию.

Магистрант должен владеть:

- основными языковыми клише, относящимися к различным видам бизнеса;
- профессиональными основами речевой коммуникации (аудирование, чтение, говорение, письмо);
- лексическим минимумом ключевых терминов;
- навыками работы с коммерческой корреспонденцией.

Требования к знаниям, умениям и навыкам магистрантов составлены в соответствии с «Общеввропейскими компетенциями владения иностранным языком» (уровень B2).

Всего часов по учебной дисциплине для дневной формы обучения 236, из них всего часов аудиторных 72, в том числе 72 часов – практические занятия; для заочной формы обучения 20, из них всего часов аудиторных 20, в том числе 20 часов – практические занятия.

Форма контроля: экзамен.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Управление производством марочного товара

Цели бренд-менеджмента. Стратегический бренд-менеджмент. Корпоративный бренд-менеджмент. Брендинг. Жизненный цикл бренда. Бренд-стратегия. Бренд-структура. Позиционирование. Архитектура бренда. Аутсорсинг. Формы международных контрактов. Лицензирование. Франчайзинг.

Тема 2. Интернет-маркетинг

Комплекс интернет-маркетинга: продукт, цена, продвижение, место продаж. Интернет-интеграция. Информационный менеджмент. Бизнес-модели интернет-маркетинга: бизнес для бизнеса, бизнес для потребителя, потребитель-потребитель. Ограничения в интернет-маркетинге. Влияние интернет-маркетинга на бизнес.

Тема 3. Управление интеллектуальной собственностью

Защита авторского права и смежных прав. Ответственность за нарушение прав на объекты интеллектуальной собственности. Меры по борьбе с пиратством. Разрешение спорных вопросов по объектам промышленной собственности. Патентные службы. Зарубежное патентование. Основные формы передачи прав на объекты интеллектуальной собственности. Система государственного управления интеллектуальной собственностью в Республике Беларусь. Международное сотрудничество Республики Беларусь в области интеллектуальной собственности.

Тема 4. Стратегический менеджмент

Основные этапы стратегического менеджмента. Анализ внутренней и внешней среды фирмы. Формирование миссии и целей организации. Выбор и разработка стратегии. Проектирование организационной структуры. Совершенствование стратегии управления.

Тема 5. Связи с общественностью

Корпоративный PR. Коммерческий PR. Внутренний PR. Внешний PR. Виды PR. Обязанности специалиста по связям с общественностью. Методы, инструменты и тактика PR. Каналы коммуникации. Международные отраслевые организации. PR-агентства в Республике Беларусь.

Тема 6. Управление преобразованиями

Понятие изменений в организации. Типы организаций в управлении. Организационные, кадровые, технологические преобразования. Преобразования финансовой сферы. Методы и стратегии осуществления преобразований. Причины сопротивления изменениям.

Тема 7. Финансовый учет

Понятие финансового бухгалтерского учета. Цель и задачи финансового учета. Объекты финансового учета. Принципы бухгалтерского финансового учета. Статьи актива и статьи пассива, их экономический смысл. Активный и пассивный счета, характеристика каждого из них. Дебет и кредит: что означают эти понятия. Проводка. Метод двойной записи.

Тема 8. Занятость и безработица

Собеседование при приеме на работу. Процедура отбора персонала. Квалификационные требования и должностная инструкция. Деятельность, функции и цели управления персоналом. Характеристика служащих. Досье, анкета персонала. Сведения о сотрудниках. Мотивация сотрудников.

Тема 9. Международный бизнес

Международные экономические отношения. Международное разделение труда. Экономическая интеграция и специализация. Международные экономические организации. Оффшорные и специальные экономические зоны. Национальные и религиозные особенности ведения бизнеса. Этика деловых отношений крупнейших экономических центров. Международная конкуренция в высокотехнологичных отраслях.

Тема 10. Международная инвестиционная деятельность

Международное движение капитала. Прямые инвестиции. Портфельные инвестиции. Совместные предприятия. Оценка эффективности инвестиционных проектов. Инвестиционный климат. Политика стимулирования экспорта инвестиций. Наднациональное регулирование движения капитала. Особенности международной инвестиционной деятельности в Республике Беларусь.

Тема 11. Валютный курс и валютная политика

Понятие валютной политики. Формы валютной политики. задачи валютной политики. Виды обменного курса. Валютные ограничения (регулирование и контроль валютных операций). Влияние валютной политики на конкурентоспособность фирмы. Развитие валютных систем и мирового валютного рынка.

Тема 12. Основы внешнеэкономической деятельности

Понятия и категории внешнеэкономической деятельности. Международные сделки купли-продажи. Порядок осуществления платежа. Форма расчетов. Основы делового партнерства во внешнеэкономической деятельности. Содержание основных условий международного контракта купли-продажи. Международные правила толкования торговых терминов.

Тема 13. Международная конкуренция

Конкуренция. Конкурентные преимущества. Факторы конкурентоспособности страны. Стратегическое управление в условиях глобальной конкуренции.

Глобальные международные стратегии. Корпоративные стратегии в условиях международной конкуренции. Конкурентная среда и рыночная конъюнктура.

Тема 14. Республика Беларусь в мировой экономике и международной торговле

Национальные приоритеты РБ во внешнеэкономической деятельности. Состояние платежного баланса. Структура экспорта и импорта товаров и услуг. Взаимоотношения РБ с отдельными странами, региональными группами, международными организациями. Внешнеторговая политика РБ. Конкурентоспособность отраслей промышленности РБ на международных рынках.

Тема 15. Делопроизводство и корреспонденция

Общие требования к деловому письму. Нормы и правила международной деловой переписки. Типы деловых писем. Реквизиты делового письма. Британский и американский стили оформления деловых писем. Телефонные переговоры как форма деловой коммуникации.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК
(ВТОРОЙ УРОВЕНЬ)»
ДЛЯ ДНЕВНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество ча- сов УСР			
						Лек- ции	ПЗ (СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Управление производством марочного товара		4					англ. [1,6], исп. [2,8]	
2	Интернет-маркетинг		6					англ. [1,2], исп. [4,5]	
3	Управление интеллектуальной собственностью		4					англ. [2,3], исп. [1,7]	Тест
4	Стратегический менеджмент		4					англ. [3,6], исп. [1,6]	
5	Связи с общественностью		4					англ. [1,3], исп. [3,7]	Контрольная работа
6	Управление преобразованиями		4					англ. [1,11] , исп. [7,8]	
7	Финансовый учет		6					англ.	

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (ВТОРОЙ УРОВЕНЬ)»

ДЛЯ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов			
						Лекции	ПЗ (СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Интернет-маркетинг		2					англ. [1,2], исп. [4,5]	
2	Стратегический менеджмент		2					англ. [3,4], исп. [4,8]	
3	Связи с общественностью		2					англ. [2,3], исп. [1,7]	Тест
4	Международный бизнес		4					англ. [1,5], исп. [2,8]	
5	Международная инвестиционная деятельность		2					англ. [2,6], исп. [2,8]	
6	Основы внешнеэкономической деятельности		4					англ. [1,6], исп. [2,8]	
7	Республика Беларусь в мировой экономике и международной		4					англ.	Контрольная

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	торговле							[1,6], исп. [2,8]	работа
	Всего часов		29						Экзамен

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы магистрантов по учебной дисциплине «Деловой иностранный язык (второй уровень)»

В овладении знаниями учебной дисциплины важным этапом является самостоятельная работа магистрантов. Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 2–2,5 часа на 2-х часовое аудиторное занятие.

Основными направлениями самостоятельной работы магистранта являются:

- первоначально подробное ознакомление с программой учебной дисциплины;
- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по учебной дисциплине в целом и ее разделам, наличие ее в библиотеке и других доступных источниках, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;
- подготовка к выполнению форм текущего и итогового контроля (тесты, контрольные работы);
- подготовка к практическим занятиям, дискуссиям;
- подготовка докладов;
- самоконтроль и самооценка полученных знаний.

ЛИТЕРАТУРА **(англоязычная)**

Основная:

1. Cotton, D. Market Leader: New Edition (Intermediate) / D. Cotton, D. Falvey, S. Kent. – London : Pearson Education Limited, 2013. – 169 p.
2. Pilbeam, A. Market Leader: International management: Business English / A. Pilbeam. – London : Pearson Education Limited, 2000. – 96 p.
3. Powell, M. In Company (Intermediate) / M. Powell. – London : Macmillan Education, 2010. – 144 p.

Дополнительная:

4. Badger, I. Everyday Business English / I. Badger. – London : Pearson Education Limited, 2013. – 96 p.
5. Emmerson, P. Essential Business Vocabulary / P. Emmerson. – London : Macmillan Publishers Limited, 2011. – 177 p.
6. Ladousse, G. P. Going Places. Study Book 2 / G. P. Ladousse. – London : Macmillan Heinemann English Language teaching, 2003. – 128 p.
7. Mascull, B. Business Vocabulary in Use / B. Mascull. – Cambridge : Cambridge University Press, 2002. – 172 p.
8. Pilbeam, A. Market leader: Working across cultures / A. Pilbeam. – London : Pearson Education Limited, 2010. – 99 p.
9. Sweeney, S. English For Business Communication / S. Sweeney. – Cambridge : Cambridge University Press, 2003. – 173 p.
10. Sweeney, S. Professional English in Use: Management / S. Sweeney. – London : Pearson Education Limited, 2002. – 165 p.
11. Taylor, J. Business English / J. Taylor, J. Zetter. – Book 1. – Berkshire : Express Publishing, 2011. – 41 p.
12. Trappe, T. Intelligent Business (Intermediate) / T. Trappe, Tullis G. – London : Pearson Education Limited, 2005. – 178 p.

ЛИТЕРАТУРА **(испаноязычная)**

Основная:

1. Гринина Е.А., Микаэлян Ю.И. Español actual / Е.А. Гринина, Ю.И. Микаэлян. – М.: Филоматис, 2015.– 203 с.
2. Душевский, А. А. Испанский для экономистов / А.А. Душевский, Е.В. Дыро, М.Н. Мардыко. БГЭУ, 2012. – 150 с.
3. Иовенко, В.А. Общий перевод с испанского / В.А. Иовенко. – М.: ЧеРо, 2017. – 315 с.
4. Калустова, О.М. Бизнес-курс испанского языка / О.М. Калустова. – К: ООО ИП Логос, 2003. – 230 с.
5. Мигель Арсуага-Герра Испанский язык для делового общения / Мигель Арсуага-Герра. - М.: ЧеРо, 2005.
6. Мигель Арсуага-Герра Испанский язык для современной предпринимательской деятельности / Учебное пособие – М.: Филоматис, 2011.
7. Carmen Rosa de Juan El español en el ámbito jurídico / Carmen Rosa de Juan. – Madrid: Edinumen, 2010. – 280 с.
8. Claudia Fernández, Javier Lahuerta, Ivonne Lerner /Manual de español/ Conforme al Plan Curricular del Instituto Cervantes – Madrid, 2012.
9. Lago, A. F. Español para el comercio internacional / A. F. Lago. – Madrid, 2005. – 210 с.
10. Marta Baralo, Marta Genís, M.a Eugenia Santana/ Español Lengua Extranjera, Avanzado B2 – Grupo Anaya, S.A., Madrid, 2012. – 294 p.

Дополнительная:

1. Борисенко, И.И. Грамматика испанской разговорной речи с упражнениями / И.И. Борисенко. – М.: Высшая школа, 2000. – 235 с.
2. Дыро, Е.В. Испанский для экономистов / Е.В. Дыро, М.Н. Мардыко, Н.В. Попок. – Минск: БГЭУ, 2005. – 230 с.
3. Киселёв, А.В. Испания. География. История / А.В. Киселёв. – Санкт-Петербург: КАРО, 2001. – 156 с.
4. Комарова, Ж.Т. Испанский для всех / Ж.Т. Комарова. – М.: Менеджер, 2005. – 185 с.
5. Alonso, R. Gramática básica del estudiante de español / R. Alonso. – Tesys, 2005. – 215 с.
6. Baralo Marta, Genís Marta, Santana M.a Eugenia. Español Lengua Extranjera / Marta Baralo. Madrid: Grupo Anaya, S.A., 2012. – 294 p.
7. Fernández Claudia, Lahuerta Javier, Lerner Ivonne Manual de español / Claudia Fernández.– Madrid: Instituto Cervantes, 2012. – 122 p.

8. Pareja, María José. Temas de empresa / María José Pareja. –Madrid: Edinumen, 2014. – 214 p.