



**ИНСТИТУТ ДРУЖБЫ
НАРОДОВ КAVKAZA**

1996

ИНСТИТУТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ КAVKAZA

частное образовательное учреждение
высшего образования

355008 г. Ставрополь, пр-т. Карла Маркса, 7

+7 (8652) 28-25-00

+7 (8652) 28-03-46

idnk@mail.ru | www.idnk.ru



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.20 ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Направление подготовки 43.03.01 СЕРВИС

Направленность (профиль) программы: Социально-культурный сервис

Квалификация выпускника: Бакалавр

Форма обучения: очная

Год начала подготовки – 2021

Разработана

Профессор кафедры общенаучных дисциплин
Черн В.Е. Черникова

Согласована

зав. выпускающей кафедрой
Е.Н. Балашова Е.Н. Балашова

Рекомендована

на заседании кафедры общенаучных дисциплин
от «28» июня 2021г.

протокол № 10

Зав. кафедрой Черн В.Е. Черникова

Одобрена

на заседании учебно-методической
комиссии ИДНК

от «28» июня 2021г.

протокол № 10

Председатель УМК

Ф.И.О. ФИО

Ставрополь, 2021

ЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: формирование и совершенствование коммуникативной компетенции и ее компонентов: социокультурного, социолингвистического, культурологического, прагматического, стратегического, необходимых для реализации научных и профессиональных навыков, формирование общекультурных и профессиональных компетенций для подготовки специалистов, способных обеспечивать высококачественный письменный и устный перевод при осуществлении коммуникации между представителями англоязычных и немецкоязычных стран и культур, использующих английский, немецкий и русский языки в широких сферах международной, политической, экономической, общественной, научной и культурной жизни;

1.2. Задачи:

- подготовка студентов к профессиональной деятельности на высоком уровне, который предполагает наличие таких профессиональных и личностных качеств, как: ответственность за качество своей работы и личная дисциплина; инициативность, любознательность, патриотизм, интернационализм;
- соблюдение правил этики и морали в профессиональной деятельности;
- стремление к самосовершенствованию;
- постоянное повышение общей эрудированности и общекультурного кругозора;
- поиск способов повышения своей квалификации;

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Соотношение результатов изучения дисциплины результатам освоения ОПОП

Результаты освоения ОПОП (компетенции)	Результаты изучения дисциплины обучающийся должен:	Знать, Уметь, Владеть
УК-4 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	Знать: лексико-грамматические и стилистические особенности научного стиля в сфере профессиональной деятельности;	З-1
	языковой материал изучаемого языка для коммуникации на общекультурные и профессиональные темы;	З-2
	основные правила делового письма и правила деловой переписки;	З-3
	Уметь: осуществлять переписку с деловыми партнерами на иностранном языке;	У-1
	использовать иностранный язык в деловом общении и публичных выступлениях, проведения переговоров, совещаний, осуществления деловой переписки и поддержания электронных коммуникаций ;	У-2
	Владеть: обладает навыками делового общения, умеет организовывать и вести деловую переписку на иностранном языке;	В-1
УК-5 готовность к	Знать: социокультурные сведения в объеме, необходимом для	З-4

изучению научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта в сервисной деятельности	работы с иноязычными текстами	
	Уметь: использовать лингвострановедческие и социокультурные знания для общения на иностранном языке.	У-3
	Владеть: страноведческой и социокультурной информацией для профессионального общения на иностранном языке.	В-2
ПК-1 готовность к применению современных сервисных технологий в процессе предоставления услуг, соответствующих требованиям потребителей	Знать: особенности современных сервисных технологий в процессе предоставления услуг в стране изучаемого языка.	З-5
	Уметь: устанавливать и поддерживать контакты с зарубежными коллегами в профессиональной сфере	У-4
	Владеть: навыками перевода, реферирования и аннотирования профессионально ориентированных текстов по социокультурной тематике	В-3

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.О.20 «Иностранный язык в профессиональной деятельности» относится к базовой части Блока 1 ОПОП направления подготовки 43.03.01 Сервис.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Распределение академических часов дисциплины по курсам и семестрам изучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет **4** зачетных единиц (**144** академ. часа).

Наименования видов учебной деятельности	Всего часов	
	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
Период изучения	2 курс, 4 семестр	2 курс, 4 семестр
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего), в том числе:	36	6
Лекции	-	-
Практические занятия	36	6
Самостоятельная работа	63	129
Вид промежуточной аттестации – экзамен	45	9
Общая трудоемкость дисциплины	144	144

**5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ
С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА
АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ
УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ**

5.1.1. Структура учебной дисциплины очная форма обучения

Наименование раздела дисциплины	Лекции	Практические занятия	СР	Знать, Уметь, Владеть
2 курс, 4 семестр				
1. Английский язык как средство общения в гостиничном сервисе	-	2	4	устный опрос, письменные задания
2. Правила поведения персонала	-	2	4	устный опрос, письменные задания
3. Словарный состав английского языка в гостиничном сервисе	-	2	4	устный опрос, письменные задания
4. Характеристика английского языка в новоанглийский период.	-	2	4	устный опрос, письменные задания
5. Отели и таверны	-	2	4	устный опрос, письменные задания
6. Телефонные переговоры и межличностное общение на английском языке.	-	2	4	устный опрос, письменные задания
7. Языки общения. Английский – язык международного общения.	-	2	4	устный опрос, письменные задания
8. Этикет поведения за столом. Диета.	-	2	4	устный опрос, письменные задания
9. Сервисные услуги. Еда и спиртные напитки.	-	2	4	устный опрос, письменные задания
10. Техника проведения встреч в англоязычной лингвокультуре.	-	2	4	устный опрос, письменные задания
11. Составление меню	-	2	4	устный опрос, письменные задания
12. Техника проведения презентаций в сфере гостиничного бизнеса.	-	2	4	устный опрос, письменные задания
13. Обслуживание банкетов	-	2	4	устный опрос, письменные

				задания
14. Обслуживание конференций.	-	2	4	устный опрос, письменные задания
15. Обслуживание отелей.	-	2	3	устный опрос, письменные задания
16. Еда. Кухни разных стран	-	4	2	устный опрос, письменные задания
17. Профессиональное обучение	-	2	2	устный опрос, письменные задания
Итого за семестр:	-	36	63	
Всего:		36	63	

5.1.2 Структура учебной дисциплины заочная форма обучения

Наименование раздела дисциплины	Лекции	Практические занятия	СР	Знать, Уметь, Владеть
2 курс				
1. Английский язык как средство общения в гостиничном сервисе	-	-	8	устный опрос, письменные задания
2. Правила поведения персонала	-	-	8	устный опрос, письменные задания
3. Словарный состав английского языка в гостиничном сервисе	-	-	8	устный опрос, письменные задания
4. Характеристика английского языка в новоанглийский период.	-	-	8	устный опрос, письменные задания
5. Отели и таверны	-	-	8	устный опрос, письменные задания
6. Телефонные переговоры и межличностное общение на английском языке.	-	2	8	устный опрос, письменные задания
7. Языки общения. Английский – язык международного общения.	-	-	8	устный опрос, письменные задания
8. Этикет поведения за столом. Диета.	-	-	8	устный опрос, письменные задания
9. Сервисные услуги. Еда и спиртные напитки.	-	-	8	устный опрос, письменные задания

				задания
10. Техника проведения встреч в англоязычной лингвокультуре.	-	-	8	устный опрос, письменные задания
11. Составление меню	-	-	7	устный опрос, письменные задания
12. Техника проведения презентаций в сфере гостиничного бизнеса.	-	-	7	устный опрос, письменные задания
13. Обслуживание банкетов	-	2	7	устный опрос, письменные задания
14. Обслуживание конференций.	-	-	7	устный опрос, письменные задания
15. Обслуживание отелей.	-	2	7	устный опрос, письменные задания
16. Еда. Кухни разных стран	-	-	7	устный опрос, письменные задания
17. Профессиональное обучение	-	-	7	устный опрос, письменные задания
Итого за семестр:	-	6	129	
Всего часов:	-	6	129	

Для текущего контроля успеваемости по каждой теме используются: устный опрос, письменные задания (контрольные работы, эссе, рефераты), тестирование.

5.2. Содержание дисциплины по темам

Наименование раздела Дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Знания Умения Владения
1. Английский язык как средство общения в гостиничном сервисе	Речевое общение в сфере коммерческих, административно-правовых, экономических и дипломатических отношений. Особенности и языковые различия между диалогической, монологической и дистантной деловой речью.	З-1, З-2, У-2
2. Правила поведения персонала.	Основные правила поведения персонала гостиницы. Стиль обслуживания клиентов. Служебный этикет в сфере гостеприимства. Роль гостеприимства в сфере гостиничных услуг. Особенности корпоративного имиджа организации. Психологическая культура сервиса.	З-1, З-2, З-4, У-2, В-2

3. Словарный состав английского языка в гостиничном сервисе	Факторы, обуславливающие развитие и пополнение словарного состава языка. Новообразования, используемые большинством говорящих на данном языке людей. Количественное пополнение. Заимствование латинской, французской лексики. Специфика словарного состава языка. Классификация словарного состава языка.	3-1, 3-2, У-2, В-1
4. Характеристика английского языка .	Развитие фонетического строя (изменения в системе гласных, согласных, орфографии) и грамматического строя языка (развитие системы имени, глагола, синтаксиса). Пополнение словарного состава языка.	3-1, 3-2
5. . Отели и таверны	Место, где останавливались на ночлег гости-купцы. Позднее – приспособленные помещения для более-менее комфортного ночлега и проживания для любых приезжих людей..	3-4, 3-5, У-3, У-4, В-2, В-3
6. Телефонные переговоры и межличностное общение на английском языке	Специфика жанра телефонного делового общения. Этикет делового телефонного разговора. Деловая беседа по телефону – это самый быстрый деловой контакт и особое уменье. Телексы, телетайпы, факсы.	3-3, У-1, В-1
7. Языки общения	Сегодня английский язык стал языком международного общения, это самый распространенный язык в мире. Он необходим, когда вы находитесь за границей, чтобы чувствовать себя уверенней, в работе, в учёбе, в научных исследованиях, он пригодится чтобы прочесть инструкцию по пользованию к какому-нибудь товару или же прочесть произведения великих классиков: Шекспира, Марка Твена или Байрона. Знание английского языка приветствуется при поступлении на работу, оно может сыграть решающую роль в выборе кандидата на вакантное место. Множество компаний, чтобы выйти на международный уровень общения и занять лидирующие позиции на рынке сбыта, обучают персонал английскому языку — это даёт хорошие возможности для развития бизнеса. Английский язык нужен не только для путешествий по всему миру, а ещё и — по миру интернета, ведь благодаря ему, Вы станете понимать своих иностранных друзей в социальных сетях и наслаждаться общением с ними. Кроме этого, фильмы с известными актёрами можно смотреть без дубляжа.	3-1, 3-2, У-3, В-3
8. Этикет	Изучение основных правил поведения за	3-1, 3-2, 3-5, У-

поведения за столом	<p>столом. Рассмотрение ограничений на тематику застольных бесед в столовом этикете. Правила использования столовых приборов. Изучение особенностей сервировки стола к различным праздничным и обычным мероприятиям.</p> <p>Особенности поведения в гостях и приема гостей. Правила встречи гостей, выбор и преподнесение подарков и сувениров. Блюда, которые подаются к столу. Правила поведения за столом. Выбор столовых приборов для использования. Правила что и как правильно есть.</p>	3, У-4, В-1, В-2, В-3
9. .Сервисные услуги. Еда и спиртные напитки	<p>Структура ресторанной службы. Должность сомелье. Правила составления карты вин</p> <p>Методы и условия хранения вина</p> <p>Классификация вин. Как читать винную этикетку</p> <p>Соответствие блюд и вин</p> <p>Стеклопосуда</p> <p>Виды штопоров . Презентация и техника подачи вина.</p>	3-1, 3-2, 3-4, У-2, У-3, В-2, В-3
10. Техника проведения встреч в англоязычной лингвокультуре	<p>Планирование и подготовка служебных совещаний. Установление продолжительности, регламента и протокола совещания. Основные этапы проведения делового совещания: начало совещания, передача информации, аргументация, нейтрализация замечаний, принятия решения.</p>	3-1, 3-2, 3-3, У-1, У-2, В-1
11. . Составление меню	<p>Примерный ассортимент блюд, напитков и изделий; наличие сырья и продуктов на складе; сезонность продуктов; наличие стандартов приготовления блюд (сборников рецептур, технико-технологических карт на новые и фирменные блюда); особенности контингента, обслуживаемого (возрастные, национальные, профессиональные, религиозные); время обслуживания (завтрак, обед, ужин); формы обслуживания, рекомендуемых для данного контингента потребителей (бизнес ланч, шведский стол, семейный обед и др.); трудоемкость блюд, кулинарных и кондитерских изделий; специализация кухни отношению к конкурентам ;расходы на приобретение продуктов, аренду помещений, заработную плату персонала; режим работы предприятия</p>	3-4, 3-5, У-3, У-4, В-2, В-3
12. Техника проведения презентаций в сфере гостиничного бизнеса.	<p>Историческое развитие гостиницы, характеристика направлений деятельности. Организационная структура и номерной фонд гостиничного предприятия. Должностные обязанности директора, администратора и</p>	3-4, 3-5, У-3, У-4, В-2, В-3

	бухгалтера. SVID анализ: возможности и угрозы внешней среды.	
13. Обслуживание банкетов	Виды банкетного обслуживания - от простой подачи сэндвичей, банкета-чая или банкета-кофе до банкетов с полным обслуживанием.. Особенности обслуживания банкетов и пожеланий заказчика , вида торжества ассортимента подаваемых блюд и напитков.	3-4, 3-5, У-3, У-4, В-2, В-3
14. . Обслуживание конференций	Разнообразие видов мероприятий и оказываемых клиенту услуг.	3-3, 3-4, 3-5, У-1, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3
15. Обслуживание отелей.	Обслуживание отеля должно производиться по общепринятым стандартам. Здесь основополагающими моментами являются: быстрота обслуживания: точность исполнения заказа: предвосхищение желаний гостя: дружелюбие и вежливость : внимательность: форма одежды: прическа и гигиена сотрудников: конфиденциальность информации: знание работы: терпение: ответственность:	3-4, 3-5, У-3, У-4, В-2, В-3
16. Еда. Кухни разных стран.	Еда. Кухни разных стран. Еда в России, Великобритании, США. Традиции, связанные с приемом пищи. Культура поведения за столом.	3-4, 3-5, У-3, У-4, В-2, В-3
17. Профессиональное обучение	Профессиональное обучение направлено на приобретение лицами различного возраста профессиональной компетенции, в том числе для работы с конкретным оборудованием, технологиями, аппаратно-программными и иными профессиональными средствами, получение указанными лицами квалификационных разрядов, классов, категорий по профессии рабочего или должности служащего без изменения уровня образования.	3-4, 3-5, У-3, У-4, В-2, В-3

6. СОДЕРЖАНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Содержание заданий, выносимых на СР	Кол-во часов очная форма	Кол-во часов заочная форма	Форма контроля	Знать Уметь Владеть
1. Английский язык как средство общения в гостиничном сервисе	4	8	Собеседование	3-1, 3-2, У-2
2. Правила поведения персонала.	4	8	Собеседование	3-1, 3-2, 3-4, У-2, В-2
3. Словарный состав английского языка в	4	8	Собеседование	3-1, 3-2, У-2, В-1

гостиничном сервисе				
4. Характеристика английского языка .	4	8	Собеседование	3-1, 3-2
5. . Отели и таверны	4	8	Собеседование	3-4, 3-5, У-3, У-4, В-2, В-3
6. Телефонные переговоры и межличностное общение на английском языке	4	8	Собеседование	3-3, У-1, В-1
7. Языки общения	4	8	Собеседование	3-1, 3-2, У-3, В-3
8. Этикет поведения за столом	4	8	Собеседование	3-1, 3-2, 3-5, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3
9. .Сервисные услуги. Еда и спиртные напитки	4	8	Собеседование	3-1, 3-2, 3-4, У-2, У-3, В-2, В-3
10. Техника проведения встреч в англоязычной лингвокультуре	4	8	Собеседование	3-1, 3-2, 3-3, У-1, У-2, В-1
11. . Составление меню	4	7	Собеседование	3-4, 3-5, У-3, У-4, В-2, В-3
12. Техника проведения презентаций в сфере гостиничного бизнеса.	4	7	Собеседование	3-4, 3-5, У-3, У-4, В-2, В-3
13. Обслуживание банкетов	4	7	Собеседование	3-4, 3-5, У-3, У-4, В-2, В-3
14. . Обслуживание конференций	4	7	Собеседование	3-3, 3-4, 3-5, У-1, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3
15. Обслуживание отелей.	3	7	Собеседование	3-4, 3-5, У-3, У-4, В-2, В-3
16. Еда. Кухни разных стран.	2	7	Собеседование	3-4, 3-5, У-3, У-4, В-2, В-3
17. Профессиональное обучение	2	7	Собеседование	3-4, 3-5, У-3, У-4, В-2, В-3
Всего	63	129		

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценка знаний обучающихся проводится в форме текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

7.1. Текущий контроль знаний обучающихся

7.1.1. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся

Оценивание знаний, умений и навыков по учебной дисциплине «Иностранный язык в профессиональной деятельности» осуществляется посредством использования следующих видов оценочных средств:

- опросы: устный, письменный, в том числе блиц-опрос (не более 15 минут)
- решение заданий в тестовой форме
- реферат
- контрольная работа

Опросы

Устные опросы проводятся во время практических занятий и возможны при проведении зачета в качестве дополнительного испытания при недостаточности результатов тестирования и решения задачи. Вопросы опроса не должны выходить за рамки объявленной для данного занятия темы. Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения студентов на предыдущем практическом занятии.

Письменные блиц-опросы позволяют проверить уровень подготовки к практическому занятию всех обучающихся в группе, при этом оставляя достаточно учебного времени для иных форм педагогической деятельности в рамках данного занятия. Письменный блиц-опрос проводится без предупреждения, что стимулирует обучающихся к систематической подготовке к занятиям. Вопросы для опроса готовятся заранее, формулируются узко, дабы обучающийся имел объективную возможность полноценно его осветить за отведенное время (10-15 мин.).

Письменные опросы целесообразно применять в целях проверки усвояемости значительного объема учебного материала, например, во время проведения зачета, когда необходимо проверить знания студентов по всему курсу.

При оценке опросов анализу подлежит точность формулировок, связность изложения материала, обоснованность суждений, опора на действующее семейное законодательство.

Решение заданий в тестовой форме

Проводится три раза в течение изучения дисциплины (семестр), с использованием персональных компьютеров и программного обеспечения. Не менее, чем за 2 недели до проведения тестирования, преподаватель должен передать задания в тестовой форме с отмеченными правильными ответами системному администратору для введения заданий в тестовую компьютерную оболочку, а также определить критерии оценки.

Не менее, чем за 1 неделю до тестирования, преподаватель должен определить студентам исходные данные для подготовки к тестированию: назвать разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, нормативные правовые акты и теоретические источники (с точным указанием разделов, тем, статей) для подготовки.

На тестировании студенту отводится по 2 минуты на каждое задание. Набор заданий для студента определяется компьютерной программой из базы тестовых заданий путем случайной выборки. По завершении тестирования студент может еще раз проверить все свои ответы на задания и при необходимости внести корректировки. Определение оценки за выполненное студентом тестовое задание, осуществляется самой компьютерной программой, а результат выдается немедленно по завершении тестирования. При проведении тестирования не разрешается пользоваться конспектами лекций, учебниками, законами и иными нормативными актами.

7.1.2. Типовые и контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений и навыков обучающихся

Примерные вопросы для собеседования:

1. What is a typical working day like?
2. What are your job responsibilities?
3. What is your number one priority?
4. What are time wasting activities in your work?
5. How do you usually spend your free time?
6. How do you combine work and studies?
7. What means of transport do you know? Which is your favourite one?
8. What places of interest would you recommend to see in Moscow?
9. What places of interest would you like to see in London?
10. What do you have to do to check in?
11. What services do big hotels offer?
12. What would an 'ideal meal' for you be like?
13. What would you recommend your friend to do if he is constantly coughing and sneezing?
14. Why are so many people concerned about environmental issues?
15. How do companies respond to environmental issues and problems?
16. What are the alternatives to using fossil fuel?
17. Do you think companies should be sued for the damage to the environment?
18. What can companies do to repair the ecological damage?
19. Do you think environmental consciousness can be nurtured in manufacturers?
20. How can your business take part in solving environmental problems?
21. What alternative sources of energy do you know?
22. What is managerial ethics?
23. What is unethical management based on?
24. What are the main principles of ethical management?
25. What is the typical structure of a company like?
26. What is your round of duties in your office?
27. What is meant by the 'top management'?
28. What are the most vulnerable groups of population in any society?
29. What are the most widespread young people's addictions?
30. What do you personally recommend to do to distract young people from their antisocial pastimes?
31. What changes does information technology cause?
32. What is an information system?
33. What are computer-based information systems?
34. What kind of information do they produce?
35. What are the main managerial needs for information?
36. How are managerial needs for information satisfied?
37. What are the main types of information systems?
38. What is the logical office? What made it possible?
39. What are the potential organizational risks?
40. How do companies protect themselves from security breaches?
41. How can companies avoid computer viruses?
42. What new opportunities do you think foreign languages can open for cooperation between cultures?
43. Why are foreign languages so important for managers?
44. What are the main situations where managers use foreign languages?
45. What is a computer?
46. What are the major types of computers? What are their main functions?

47. Why has English become the 'lingua franca'?
48. Why do people of business all over the world try to master the English language?
49. What do you know about the UK and its economy?
50. What can you do if you fail to get the person you need on the 'phone?
51. How can you make a business appointment?
52. What are the main rules of business etiquette?
53. How should people behave during a job interview?
54. What is the motivating force in choosing a job?
55. What are the main stages in the process of getting a job?
56. What are the main kinds of shops?
57. What do customers usually look for? Good quality of products? Reasonable prices?
58. What can managers do to attract more customers to their shop and increase their store traffic?
59. Do you agree with the saying that the customer is always right?
60. What are the main customer rights?
61. Why is it so important to know customer rights?
62. Have you ever complained about imperfect goods or services? Did you succeed?
63. What do you understand by "merchantable quality"?
64. Can you demand a repair or a replacement if the goods broke down through no fault of yours?
65. Is it reasonable to expect a complete refund if the product worked perfectly for a while?
66. What is entrepreneurship?
67. What is intrapreneurship?
68. How do intrapreneurs affect the profitability of organizations?
69. What are the means of signalling the importance of innovations in a company?
70. What does the term "mass media" denote?
71. What audiences does mass media target?
72. What scientific advances made mass media possible?
73. What are the purposes of mass media?
74. What is the most reliable source of information now?
75. What are the most popular finance-oriented newspapers now?
76. What is communication?
77. What are the main forms of communication?
78. What are the forms of verbal and non-verbal communication?
79. What are the peculiarities of business communication?
80. What is the main concept underlying business communication?
81. What are the advantages and disadvantages of written/oral communication? Why do some businessmen prefer oral communication?
82. What is small business?
83. What risks do entrepreneurs run?
84. What is risk management?
85. What is Quality?
86. What does Quality have to do with the expectations of the Customer?
87. Is a quality product always reliable?
88. What methods of quality control are used now? In what way do new methods differ from the old ones?
89. How can organizations monitor the outcome of quality programs?
90. What tasks can be delegated? What tasks should never be delegated?
91. What are the best ways of remedying mistakes?
92. What are the main results of delegation?

Примерные задания для выполнения контрольных работы на заочной форме обучения

ВАРИАНТ 1.

THE FEATURES OF THE SERVICE INDUSTRY

Task 1. Think about the answers to these questions. Discuss them in pairs then in the group with your teacher. Be willing to share your opinions and prove your points of view.

1. What is the service industry and what types of businesses / industries operate in it?
2. What are the trends in growth for the service industry and the reasons underlying its growth?
3. How is the service sector affected by recessions, stagnations and economic down-swings?
4. What are the human resources (staff / personnel) issues associated with the service industry?

Task 2. Read the article below and explain the difference between the two types of business sectors.

The Sectors of Industries

In some economies, jobs can be categorized into sectors, which can then be split into divisions, each of which include various industries. Generally there are two major sectors: the goods-producing sector and the service-producing sector. The goods-producing sector includes agriculture, forestry, fishing, mining, construction, and manufacturing. The service-producing sector includes the divisions of transportation, communications, utilities, wholesale trade, retail trade, finance, insurance, and real estate, public administration, and services. This last group – the service division – includes a number of industries, here are just some:

- hotels and other places of lodging;
- amusements and recreation;
- personal services (e.g. dry cleaning, tax preparation);
- business services (e.g. business software developers);
- healthcare and social services;
- legal services;
- private education;
- museums, zoos, and botanical gardens;
- engineering and management services (e.g. consulting);
- some agricultural services.

Task 3. Fill in the chart with the words from the text above then check their definitions with the partner / class.

1. The business of selling goods in large quantities at low prices to other businesses, rather than to the general public.	
2. The sale of goods in shops to customers, for their own use and not for selling to anyone else.	
3. A place to stay.	
4. An arrangement with a company in which you pay them money, especially regularly, and they pay the costs if something bad happens, for example if you become ill or your car is damaged.	
5. An activity that you do for pleasure or amusement.	
6. The activities that are involved in managing the work of a company or organization.	

7. The work or industry of getting gold, coal etc out of the earth.	
8. The practice or science of farming.	
9. A service such as gas or electricity provided for people to use.	
10. The service that is responsible for looking after the health of all the people in a country or an area.	

Task 4. Read the text and say whether the statements are true or false.

1. The service industry can be differentiated according to the three categories: the target audience; the type of activity; the type of a job.
2. Consumer orientation means making the service unavailable to a customer.
3. Chefs provide intellectual types of services.
4. Aesthetic activities are related to art and culture.
5. Recreation is associated with holiday experience.
6. Acquiring knowledge and mastering a skill can never be connected with the service industry.

The Definitions of the Service Industry

The service sector is difficult to define and to encompass. There are a number of ways to identify the sector, its divisions, its industries, and the types of jobs within them.

1. The general category of the service division includes a wide variety of industries, but can be categorized into primarily consumer-oriented (providing a service directly to a consumer), primarily business-oriented (providing a service directly to another business) or mixed (providing services to both businesses and individual consumers).

2. Alternately, the services division activities can be described by their economic activities as physical, intellectual, aesthetic, and other experiential activities.

Physical activities involve working with objects; examples include repairing cars, landscaping, cutting hair, or preparing a meal.

Intellectual activities involve providing education or training, such as at a university or trade school.

The aesthetic activities entail providing consumers with artistic or visual experiences; museums, theater performances, art shows, and musical performances are the examples.

Finally, other experiential activities involve providing customers with recreation, such as in amusement and theme parks, zoos, or campgrounds.

3. A final way in which to categorize services is by what is transformed through the service.

A service may transform a physical object, which occurs when something is repaired, altered, or improved. Having an article of clothing custom-made, a room remodeled, or an appliance repaired would involve transforming a physical object.

Service division jobs may also change a consumer. Examples of changes to consumers are education, whereby the consumer learns knowledge or skills; health care, in which a person's health is improved; or personal services, such as when a hairstylist cuts a consumer's hair.

A change to an organization is a third type of transformation involved in the service industry. For instance, a management consulting firm may make changes to an organization's structure or business processes to improve it.

The final set of jobs in this categorization refers to those professions in which there is no apparent object. For example, when an attorney provides legal representation to a client, or in professional sports competitions a service is provided, even though no specific object can be identified.

(<http://www.referenceforbusiness.com/man-t/Sc-Str/Service-Ind>)

Task 5. Read the article once again and answer the questions.

1. Which of the following is NOT related to consumer-oriented sector: *customer care, customize a service, business customer*?
2. Which of the following does NOT describe physical activities: *curriculum, catering, maintenance*?
3. Which of the following does NOT describe recreation activities: *apprentice, attractions, resort*?
4. Which of the following is NOT about jobs which change customers: *competences, treatment, tailor-made*?
5. Which of the following is NOT about jobs changing businesses: *restructuring, court case, expert advice*?

Task 6. Match the verbs from the box with their definitions.

describe	identify	entail	include	change
provide	involve	alter	improve	refer
1. To include or affect someone or something.				
2. To make something better, or to become better.				
3. To make a piece of clothing longer, wider etc so that it fits.				
4. If one thing does this, the second thing is part of the first.				
5. To say what something or someone is like by giving details about them.				
6. To become different, or to make something become different.				
7. To give something to someone or make it available to them, because they need it or want it.				
8. To recognize and correctly name someone or something.				
9. To mention or speak about someone or something.				
10. To involve something as a necessary part or result.				

Task 7. Match the sentence beginnings with their endings. Each sentence contains a verb from the exercise above.

1. We agreed never to	a) described as comfortable.
2. The hotel	b) involve everyone on the staff.
3. After the operation her condition was	c) includes looking after under-21 teams.
4. She had the dress	d) to be able to identify faces.
5. These changes will	e) to improve their English.
6. His job	f) entailed in the job.
7. It's not recommended to	g) altered for the wedding.

8. He was too far away	h) change jobs often.
9. Some foreign travel is	i) refer to the matter again.
10. We offer a course for students wishing	j) provides a shoe-cleaning service for guests.

Task 8. Make a summary of the article below. Use the phrases and clichés below. Present it to your class. Make a vocabulary list to introduce to the classmates before the summary presentation.

Recommended structure of a summary

1. Introducing the title.

- *The text / article is called ...*
- *The title of the text / article is ...*

2. Summarizing the main idea.

- *The main idea of the text / article is ...*
- *The text / article gives some tips for / recommendations on ...*

3. Dividing into parts.

- *The text / article can be divided into ... (logical) parts.*
- *In the first / second / next / following / concluding / final part the author says / points out / stresses / emphasizes ...*
- *Firstly / secondly / besides / although / moreover / furthermore / then / consequently / as a result / finally ...*

4. Making general conclusion.

- *In conclusion / to sum up / summarizing the text ...*

5. Giving personal opinion.

- *As for me / personally I / In my opinion / to my mind ...*

Characteristics of Service Organizations

An organization providing intangible services rather than tangible goods is termed as service organization. In the standard industrial classification, service organizations include hotels, restaurants and other lodging and eating establishments, barber shops, beauty parlors and other personal services, repair services, motion picture, television and other amusement and recreational services, legal services and accounting, engineering, research / development, architecture and other professional organization.

Service organizations also include educational organizations, banks, insurance companies and other financial institutions. Also government agencies and most other non-profit organizations are service organizations.

There are some key characteristics of service organizations:

1. Quantity Measurement. It is easy to keep track of the quantity of tangible goods, both during the production process and when the goods are sold, but it is not easy to measure the quantity of many services. We can measure the number of patients that a physician treats in a day, for example, and even classify these visits by type of complaint, but this is by no means equivalent to measuring the amount of service that the physician provides to each of these patients. For many services the amount rendered can be measured only in a crude terms, if at all.

2. Absence of inventory. Goods can be held in inventory and this inventory is a buffer that dampens the impact on production activity of fluctuations in sales volume. Services cannot be stored. If the services available today are not sold, the revenue from these services is lost forever. Resources available for sale in many service organizations are essentially fixed. In the short run, a hotel can't increase the number of rooms that it offers for rent and it does not reduce costs substantially by closing down some of its rooms.

(<http://www.mbaknol.com/marketing-management/service-organization/>)

Task 9. The article below is devoted to the issues of personnel management in the service industry. Read the article and tick which aspects of a company's work HR departments / managers are usually in charge of.

HRs are generally responsible for:	
1. performance outcomes	
2. evaluating employees' performance	
3. hiring and employing staff	
4. providing software	
5. improving employees' skills	
6. working on projects	
7. conducting psychometric tests	
8. paying compensations to staff	
9. calculating remunerations	
10. industrial relations	

Human Resources in the Service Division

As jobs in most advanced economies shift from the goods-producing sector to the services sector, so do many of the tasks involved in successful human resource management. Job analysis, recruitment and selection, training, performance appraisal, compensation, and labor relations are all likely to be affected by this current trend towards increased services jobs.

There are a few specific concerns for human resources in the service industry.

1. **Job analysis**, which involves gathering information to understand how to perform a job successfully, is likely to be conducted differently in service jobs than in manufacturing jobs. As much of service work is knowledge work, in which job activities are less observable, this may mean differences in the way that job analysis is conducted. In service jobs, observation of job tasks may not be as useful as interviewing job incumbents or using a standardized form such as the Position Analysis Questionnaire.

2. **Recruitment and selection** practices in the services sector are as varied as the types of positions in this sector. Many of the job areas that grow during economic recessions do so because there are fewer attractive job options available.

Thus, during strong economic conditions, some areas (i.e., health care, day care, amusement and recreation, and private colleges) may have difficulty recruiting job applicants, and may need to be more innovative in their approach.

During strong economic times, this may also mean that these areas may find a lack of suitable job candidates, which may mean that selection criteria are changed, such that some skills are trained by the organization rather than having them present upon hire.

3. **Training** in the services sector may require increased attention to technology skills, as many service sector jobs now require the use of computers. Even entry-level retail jobs make use of computer technology for inventory and sales, and the ability to use these machines is critical. Additionally, customer-service skills are a crucial training need in many service industry jobs; thus, this type of training is likely to increase in value in service jobs.

4. **Performance** appraisal in the service sector is likely to be different than in the goods producing sector. While a physical accounting of performance through measuring production is possible in manufacturing and similar industries, it is less possible in service jobs. There may not be observable outcomes in service sector jobs.

Thus, appraising performance by measuring behaviors is more appropriate for this sector. Additionally, outcomes other than production can be measured in service jobs: customer satisfaction, sales in a retail location, or other outcomes can be meaningful ways to measure performance.

5. **Compensation** in the goods-producing sector can be specifically linked to productivity (e.g., actual goods produced), but tying compensation to outcomes in the services sector may be more difficult. Some outcomes are easy to measure, such as in the number and value of homes sold by a real estate agent, but others are more difficult to assess, such as the degree to which a customer service representative has successfully resolved a customer's problem.

Thus, compensation that effectively rewards and motivates employees must be based on a performance appraisal that reliably and accurately captures performance. Human resources managers should use caution when developing rewards based on outcomes; a poorly designed incentive system may result in employees aiming for outcomes at the expense of customers.

For instance, if a car repair shop pays employees for each new set of brakes they install, employees may begin to try to sell brakes to customers who don't need them in order to receive extra pay.

6. **Labor unions** originally grew in prominence in goods-producing jobs but now also represent many employees in the service industry. Although labor union membership has declined overall in recent decades, unions are still a presence in both manufacturing and service jobs. Many service sector employees seek representation from a union due to concerns about pay, benefits, and job security that may not be as strong as in some other areas of the economy.

Task 10. Match the verbs with nouns to make a correct word combination then use the text above to check them. Make up sentences of your own. Take turns to read them to your classmates.

1. gather	a) a job analysis
2. perform	b) in value
3. conduct	c) performance
4. have	d) employees
5. change	e) information
6. train	f) a problem
7. measure	g) use of
8. motivate	h) job applicants
9. resolve	i) skills
10. recruit	j) difficulty
11. develop	k) representation
12. increase	l) incentive systems
13. make	m) a job

14. design	n) rewards
15. seek	o) criteria

Task 11. Read the article and match the headings from the box with the right part. Two headings are extras. Cross the wrong headings out.

Steady Work	Skill Enhancement
Fringe Benefits	Flexible Hours
Entry into Entrepreneurism	Working on Shifts

The Advantages of the Service Industry

The service industry is defined as organizations or individuals who work to provide a service, rather than a product, to the general public. Hospitality businesses, such as hotels and restaurants, as well as maintenance firms such as plumbing outlets and personal service groups such as dog groomers, all fall under this umbrella. There are certain advantages to working in the service industry that are simply not attainable in other types of jobs.

Unlike many manufacturing-based careers, being employed in a service industry job often provides individuals with great flexibility over their daily schedules. Hotels, bars, hospitals and the like all afford employees the opportunity to work unconventional shifts, often during the evening hours, freeing up the daytime for other tasks and responsibilities.

Unlike many manufacturing-based jobs that are being eroded by technological advances that make human presence less crucial, service industry jobs will always be in demand as people continue to look to these businesses to meet their various needs. The health care industry, in particular, is expected to remain vital over the next few years as the general population continues to age. Individuals extend their life expectancies by remaining healthier into old age, according to the article "People Are Living Longer and Healthier: Now What?," published in "Science Daily."

As larger corporations downsize their staffs and people seek to gain more control over their career destinies, the service industry allows them multiple options for becoming entrepreneurs. Freelancers, from plumbers and dog walkers to personal shoppers, can service a large spectrum of clients and, for the most part, can set their own pay rates and schedules.

Working in a service industry can help an individual develop and perfect specific interpersonal and professional skills every day, such as effective communication and conflict-management skills. Moreover some jobs in the hospitality industry in particular present daily challenges in terms of customer relations. Employees need to enjoy change and be able to think on their feet.

Task 12. Speak on the following points. Take time to think over your ideas.

1. Differences between the service and other kinds of industries.
2. Advantages and disadvantages of working flexi time.
3. Advantages of having permanent jobs over temporary ones.
4. Opportunities to set up a business.
5. Pluses and minuses of being an entrepreneur.
6. Opportunities to broaden skills.

Task 13. Study the following collocations with the word 'skill' then make up the sentences of your own.

1. have a skill	He didn't have the right skills for the job.
2. learn a skill (also acquire a skill formal)	People can acquire new skills while they are unemployed.
3. develop a skill	We will give you the opportunity to develop your skills.
4. use a skill	I am sure you can use your communication skills to get your message across.
5. require/take skill (=to need skill)	It's a difficult task, which requires skill and experience.
6. lack a skill (=not have a skill)	He lacked both the skills and the confidence to take on the job.
7. hone a skill (=improve it)	The course will help you hone your writing skills.
8. master a skill (=learn it so that your skill is very good)	Many of these children have not mastered basic academic skills.
9. skilled / unskilled skilled at/in	The company is fortunate to have such highly skilled workers. She's very skilled at dealing with the public.
10. skillful (=good at doing something)	Success in business depends on skilful management.

BAPHAHT 2.

CUSTOMER CARE IN THE SERVICE INDUSTRY

Task 1. Think about the answers to the following questions.

1. What does the term 'customer service / care' mean?
2. What is 'customer satisfaction'? What are the examples?
3. What is 'customer loyalty'? What are the examples?
4. What kinds of relations exist between customers and service providers?

Task 2. Study the collocations 'adjectives / noun' + customer'. Make up sentences of your own.

Collocation	Definition	Example
1. a regular customer	a client who frequently buys from you	My business quickly built up a base of regular customers
2. a good customer	who buys a lot from you, or uses your service a lot	Good products attract good customers.
3. a major/big/large customer	who is important and buys a lot	America is a big customer for Japanese goods.
4. a loyal customer	who has been a customer for a long time	Some of our loyal customers have been coming here since the store

		opened.
5. a satisfied customer	who is pleased with your goods or service	Satisfied customers will return again and again.
6. a potential / prospective customer	who might become a customer in the future	It's very important to establish contact with potential customers.
7. a business customer	customers that are businesses	... the bank's major business customers ...
8. existing customers	that you already have	We want to improve our service for both new and existing customers.

Task 3. Study the collocations 'verbs' + customer'. Make up sentences of your own.

Collocation	Definition	Example
1. deal with a customer	do business with or talk to a customer	He has a lot of experience in dealing with customers.
2. serve a customer	deal with questions, problems that customers have	Every day the shop serves around 800 customers.
3. attract customers	get more customers	The Internet is a great way to attract new customers.
4. keep / retain customers	not let customers change a provider	Keeping prices low helps to retain customers.
5. lose a customer	gradually have less customers	The company has lost some big customers in the last two years.

Task 4. Study the collocations 'customer+noun'. Make up sentences of your own.

Collocation	Definition	Example
1. customer service/care	serving and looking after customers	Our aim is always to raise the level of customer service.
2. customer relations	attitudes to customers	Staff are given training in customer relations.
3. customer satisfaction	how pleased customers are	The firm carried out a survey of customer satisfaction.
4. customer demand	the amount of something customers want to buy or use	It's important to respond quickly to changing customer demand.
5. customer complaints	how dissatisfied customers are	My job is to handle customer complaints and enquiries.

Task 5. Study the thesaurus for the word 'customer'. Be ready to explain the difference among different types of customers.

Word	Definition	Example
1. customer	someone who buys goods or services from a company	Customers were waiting for the shop to open.
2. client	someone who pays for a service from a professional person or company	The company buys and sells shares on behalf of their clients
3. shopper	someone who goes to the shops looking for things to buy	The streets were full of Christmas shoppers.
4. guest	someone who pays to stay in a hotel	Guests must leave their rooms by 10 am.
5. patron ['peɪtrən] <i>formal</i>	a customer of a particular shop, restaurant or hotel – usually written on signs	The notice said 'Parking for Patrons Only'.
6. patient	someone who is getting medical treatment from a doctor, or in a hospital	He is a patient of Dr Williams.
7. consumer	anyone who buys goods or uses services – used when considering these people as a group who have particular rights, needs, or behaviour	Consumers are demanding more environmentally-friendly products.
8. market	the number of people who want to buy a product, or the type of people who want to buy it	The market for organic food is growing all the time.
9. clientele [ˌkliːən'tel] \$ [ˌklaɪən'tel/kliː-] <i>formal</i>	the type of customers that a particular shop, restaurant etc gets	The hotel has a very upmarket clientele.

to customize = to change something to make it more suitable for a customer (tailor-made = individually designed)

ask 6. Read the article which describes three types of service encounters and choose the words from the box to match the suitable type of the encounter.

Remote Encounter	Phone Encounters	Face-to-Face Encounters
no direct human contact; greater potential variability in the interaction; delivery personnel; bellboy; retail purchases; tone of voice; maintenance troubleshooting; receptionist; internet applications; salespeople; beverage servers; airline ticketing		

Service Encounters

From a customer's point of view, the most vivid impression of service occurs in the service encounters. A service encounter occurs every time a customer interacts with the service organization. There are three general types of service encounters – remote encounters, phone encounters, and face-to-face encounters. A customer may experience any of these types of service encounters, or a combination of all three in his / her relations with a service firm.

1. Remote Encounter. Encounters occurring without any direct human contact are called remote encounters, for example when the firm sends its billing statements or communicates others types of information to customers by mail. Although there is no direct human contact in these remote encounters, each represents an opportunity for a firm to reinforce or establish perceptions in the customer. In remote encounter the tangible evidence of the service and the quality of the technical process and system become the primary bases for judging quality. Services are being delivered through technology, particularly with the advent of Internet applications. Retail purchases, airline ticketing, repair and maintenance troubleshooting, and package and shipment tracking are just a few examples of services available via the Internet. All of these types of service encounters can be considered remote encounters.

2. Phone Encounters. In many organizations, the most frequent type of encounter between a customer and the firm occurs over the telephone, it is called a phone encounter. Almost all firms (whether goods manufacturers or service businesses) rely on phone encounters in the form of customer-service, general inquiry, or order-taking functions. The judgment of quality in phone encounters is different from remote encounters because there is greater potential variability in the interaction. Tone of voice, employee knowledge, and effectiveness / efficiency in handling customer issues become important criteria for judging quality in these encounters.

3. Face-to-Face Encounters. A third type of encounter is the one that occurs between an employee and a customer in direct contact and is called face-to-face encounter. In a hotel, face-to-face encounters occur between customers and maintenance personnel, receptionist, bellboy, food and beverage servers and others. Determining and understanding service equality issues in face-to-face context is the most complex of all. Both verbal and non-verbal behaviors are important determinants of quality, as are tangible cues such as employee' dress and other symbols of service (equipment, informational brochures, physical settings). In face-to-face encounters a customer also plays an important role in creating quality service for him / herself through his / her own behavior during the interaction. For example, at Disney theme parks, face-to-face encounters occur between customers and ticket-takers, maintenance personnel, actors in Disney character costumes, ride personnel, food and beverage servers, and others. For a company such as IBM, in a business-to-business setting direct encounters occur between the business customers and salespeople, delivery personnel, maintenance representatives, and professional consultants.

Task 7. Read the article and tick the statements which characterize the aspect of customer satisfaction.

1. Some factors that affect customer satisfaction are promptness and quality of service, and the luxury design of the place of business.	
2. Slowness usually leads to high satisfaction ratings.	
3. Customers will never switch to a different provider if they experience poor or mediocre service.	
4. Customer satisfaction depends on how well a service-oriented business presents itself.	

5. A good look can lead the customer to expect poor service.	
6. It is important to establish good communication channels between customers and businesses.	
7. Customers naturally feel more likely to associate the provider with the distinctive features.	
8. Positive appearance can encourage customer satisfaction.	

Customer Satisfaction in the Service Industry

Some factors that affect customer satisfaction in the service industry are speed of service, quality of service, and the cleanliness of the place of business. Customers often want a service performed quickly, so slowness usually leads to poor satisfaction ratings. The quality of the service matters too, because customers are not happy when treated rudely or in a rushed manner. Cleanliness is not just something typically required by law; appearance is important to a lot of customers. In addition, the ease of communication can greatly affect a customer's overall experience with a business.

When a customer decides that he wants a service, he usually wants it performed as soon as possible. If he has to wait longer than originally expected, his experience can be negatively affected. While customers are usually more interested that the service be completed at a high quality than quickly, speed of service is an important aspect of customer satisfaction.

It may seem obvious that customers want services performed correctly and with a very high quality, and that they will not be satisfied when service is bad, but the importance of this is rarely overstated. Most industries include a number of different service providers, and customers will often switch to a different one if they experience bad or mediocre service. Although other factors influence customer satisfaction in the service industry, it is hard to find any that are more important than whether a job was completed properly.

Another factor that contributes to customer satisfaction is how well a service-oriented business presents itself. For instance, if a customer goes to a restaurant and is greeted by dirty floors and unkempt employees, it might not matter how good the food tastes. A bad appearance can lead the customer to expect poor service, leading to low satisfaction, even if the service was actually performed adequately. Likewise, a over the top or help turn a mediocre service experience into a good one.

How easily a customer can communicate and relate with the members of the service provider can also influence his or her overall satisfaction. When a name and a face are attached to a business, many customers naturally feel more connected to that provider. Furthermore, if a customer can relate to the employees performing a service for him or her, that customer is more likely to feel positive about the experience.

(<http://www.wisegeek.com/what-is-customer-satisfaction.htm>)

Task 8. Complete the chart with the correct forms of nouns or adverbs of the given word.

Noun	Adjective	Adverb
1.	slow	
2.	clean	
3.	rude	
4.	satisfied	

Task 9. Complete the text with the word(s) from the box.

Customers

customer care	customer loyalty	code of practice
customers	repeat business	complain
goods	services	technology

Companies need _____. Some companies provide _____ such as clothes, cars and food. Other companies provide _____, for example, insurance, banking, information _____ or training. Companies want _____, in other words, they want customers to buy from them again and again. To win _____, many companies have a _____, or set of rules, for _____. The code of practice explains what the customer can expect of the company. Customers can _____ about the service, or help, they receive and the goods they buy.

Вариант 3.

HANDLING CUSTOMER COMPLAINTS

Task 1. Think and answer the questions below.

1. Have you ever made any complaints about unsatisfactory services or faulty goods?
2. Was the customer complaints manager competent?
3. If you had to deal with a complaint, what tips would you follow?

Task 2. Study the usage of the verb 'to complain'.

To complain:

1. to say that you are annoyed, not satisfied, or unhappy about something or someone;
2. (I/you/he etc) can't complain (spoken): used to say that a situation is satisfactory, even though there may be a few problems.

Collocation	Example
1. complain (that)	She complained that no one had been at the airport to meet her.
2. complain about	She often complains about not feeling appreciated at work.
3. complain of	Several women have complained of sexual harassment.
4. complain to	Employees complained bitterly about working conditions.
5. constantly complain	She was constantly complaining about her job.
6. have the right to complain	You have the right to complain if you're not satisfied with the service you're getting.
7. have (good) reason to complain	We felt we had good reason to complain about the food at the hotel.
8. have little/no reason to complain	The school is good and parents have little reason to complain.
9. have cause to complain	Patients sometimes have cause to complain about the

	hospital treatment they receive.
10. be in a position to complain	If you feel you are bullied at work, you are certainly in a position to complain.

Task 3. Study the usage of the noun 'complaint'.

Complaint: 1. a statement in which someone complains about something; 2. something that you complain about.

Collocation	Example
1. complaint about	Keating was dismissed after complaints about the quality of his work.
2. complaint of	complaints of police brutality
3. complaint that	We are concerned by complaints that children are being bullied.
4. make a complaint	The manager of the team decided to make a complaint about the referee.
5. file/lodge a complaint formal	She filed a complaint against several of her colleagues.
6. have a complaint	Please let us know if you have any complaints about our service.
7. bring a complaint against somebody formal	Higgins brought a complaint against his former manager.
8. deal with/handle a complaint	Police officers came to the house to deal with a complaint about noise.
9. investigate a complaint	he dog was rescued after officials investigated a complaint of neglect.
10. uphold a complaint	The complaint was upheld and the advertisement was withdrawn.

Task 4. Check some key vocabulary before reading: match the verbs with their definitions.

1. compete	a) to tell someone that you are sorry that you have done something wrong
2. compromise	b) to get people to buy its goods or services rather than those available from another company or country
3. collaborate	c) to make certain that something will happen properly
4. accommodate	d) to think about something carefully, especially before making a choice or decision
5. avoid	e) o work together with a person or group in order to achieve something, especially in science or art

6. take into account	f) to tell someone that something bad or dangerous may happen, so that they can avoid it or prevent it
7. remind	g) to know who someone is or what something is, because you have seen, heard, experienced, or learned about them in the past
8. warn	h) take into consideration
9. recognize	i) to reach an agreement in which everyone involved accepts less than what they wanted at first
10. apologize	j) to provide something that people need or want
11. acknowledge	k) to stay away from someone or something, or not use something
12. ensure	l) to accept someone's opinions and try to do what they want, especially when their opinions or needs are different from yours
13. consider	m) to admit or accept that something is true or that a situation exists
14. offer	n) to say that you agree with an idea, group, or person, and usually to help them because you want them to succeed
15. support	o) to make someone remember something that they must do

Task 5. Read the article and summarize the key points.

Dealing with Customer Complaints

The Customer is always right! There are occasions when the customer is right; however there are also times when the customer is not entirely right or when their behavior in making a complaint is such that they need to be appropriately challenged so that the substantive issue is dealt with. There are some tactics for dealing with customer complaints based on a five-category scheme called conflict-handling modes: competing, compromising, collaborating, accommodating and avoiding.

Competing: it has been decided that enough is enough, if the customer sues, you'll meet them in court:

- repeat what you have said;
- remind them that they can have their goods back;
- warn the customer that you will not continue the conversation if they become abusive;
- note what is said (possibly to use in court);
- keep calm yourself and remain professional;
- recognize when the conversation has gone on long enough and terminate it appropriately.

Compromising: the system has not performed to the stated standard and you have a desperate customer:

- apologise for the situation and reassure the customer that you'll deal with it;
- offer to deliver the goods by express courier at the company's expense;
- arrange to telephone the customer the next day to check delivery has been completed satisfactorily.

Collaborating: your company isn't at fault, the customer has chosen the wrong product, you need to find out how to progress to an agreeable solution:

- listen to the customer – what do they need from the product;

- prepare to swap products if you can do;
- if no other product is appropriate ask the customer how they want to proceed;
- agree on what happens to the unwanted product – refund, exchange or let the customer keep it.

Accommodating: the customer has had poor service and you want to ensure they remain as satisfied as possible:

- acknowledge the failings and apologize;
- avoid trying to justify the situation, there is no justification for poor service;
- make a gesture – reduce the bill or offer a discount next time to show some sort of recognition of the situation.

Avoiding: It is not possible to get the customer into a private space:

- ensure other customers do not witness conflict between staff and this customer;
- try to state slowly and clearly the situation and what you are proposing;
- consider varying your tactics depending on gender difference;
- consider varying your tactics depending on other staff that are present;
- vary your tactics according to company policy;
- offer a refund on condition customer doesn't revisit the problem;
- invite the customer back to sort out situation;
- try to persuade customer to go to a meeting room or office.

Factors you should take into account when Dealing with a Customer Complaint: past history with the customer; organisational policy; level at which you can make decisions; immediate or anticipated future business or losses; whether this would set a precedent; whether other customers will witness what is going on; whether the customer can be isolated from other customers if necessary; available support and its reliability.

(<http://www.mbaknol.com/services-marketing/dealing-with-customer-complaints/>)

Task 6. There are five strategies by Amanda Herder that can help resolve a customer complaint in a smooth and professional manner. Read the article match the headings with the correct passage. Then range the tactics according to the importance, add some comments of your own.

Get the facts	Listen well	Offer a solution
Stay calm	Acknowledge the problem	

How to Handle Customer Complaints

Complaints happen every day. When a customer complains, it is usually for a good reason or genuine concern. They usually have made a purchase that did not meet their expectation – a product, service, or maybe a combination of the two. In the customer service industry, we cannot avoid complaints. We must take care of the customer by listening to the complaint, and resolving it, to ensure a happy customer.

Fewer than half of unhappy customers will bring a complaint to your attention. Those who never say anything will tell an average of 11 other people about their bad experience. It is important that we recognize complaints as opportunities, so we can sway these averages, one resolved complaint at a time.

Customers want to know someone is listening and they are understood, and they are hoping you are willing to take care of the problem to their satisfaction. No matter what the situation is, when a customer brings a complaint to your attention – even if they do it in a less-than-desirable way – be thankful. As the old saying goes, 'We can't fix it, if we don't know it's broken'. Moreover, we must realize that improper handling of a customer complaint can be costly to the business.

Here are five strategies that will help you handle a customer complaint in a smooth and professional manner.

When a customer comes with a complaint, keep in mind that the issue is not personal; he or she is not attacking you directly but rather the situation at hand. 'Winning' the confrontation accomplishes nothing. A person who remains in control of his or her emotions deals from a position of strength. While it is perfectly natural to get defensive when attacked, choose to be the 'professional' and keep your cool.

Let the irate customer blow off steam. Respond with phrases such as, 'Hmm', 'I see', and 'Tell me more'. Do not interrupt. As the customer vents and sees you are not reacting, he or she will begin to calm down. The customer needs to get into a calm frame of mind before he or she can hear your solution – or anything you say, for that matter.

Let the customer know you hear what he or she is saying. If you or your company made a mistake, admit it. If you did not make a mistake and it is a misunderstanding, simply explain it to the customer: 'I can see how that would be incredibly frustrating for you'. You are not necessarily agreeing with what the customer is saying, but respecting how he or she perceives and feels about the situation. An excellent phrase for opening up this particular conversation would be, 'So, if I understand you correctly...'. After the customer responds, follow up with, 'So, if I understand you correctly, we were to resolve the problem by noon today. I can see how that must be frustrating for you'. Then be quiet. Usually, the customer will respond with 'That's right' or 'Exactly'. By repeating to the customer what you think you heard, you lower his or her defenses, and win the right to be heard.

After listening, take the initiative in the conversation. Now that the customer has calmed down and feels you have heard his or her side, begin asking questions. Be careful not to speak scripted replies, but use this as an opportunity to start a genuine conversation, building a trusting relationship with your customer. To help you understand the situation, get as many details as possible.

This happens only after you have sufficient details. One thing to keep in mind: Know what you can and cannot do within your company's guidelines. Making a promise you cannot commit to will only set you back. Remember, when offering a solution, be courteous and respectful. Let the customer know you are willing to take ownership of the issue, even if it was out of your control. Take charge of the situation and let the customer know what you are going to do to solve the problem.

A quick follow-up phone call a few days later to make sure everything is OK is icing on the cake. Even a small gesture of apology can turn this interaction from disaster to legendary. The cost could be minimal – maybe a simple upgrade on the customer's next purchase or a small gift certificate. A simple gesture like this could result in a future referral or a positive word-of-mouth marketing recommendation.

When you resolve customer complaints successfully, you will better understand their needs, retain them as loyal customers, and enhance your business.

(<http://www.trainingmag.com/content/how-handle-customer-complaints>)

Task 7. The following short dialogue provides some helpful phrases to deal with complaints. Act out the dialogue with a partner.

When a complaint occurs, it's important for customer service reps to gather information to help resolve the problem.

Customer: Good morning. I purchased a computer from your company last month. Unfortunately, I'm not satisfied with my new computer. I'm having a lot of problems.

Customer Care Rep: What seems to be the problem?

Customer: I'm having problems with my Internet connection, as well as repeated crashes when I try to run my word-processing software.

Customer Care Rep: Did you read the instructions that came with the computer?

Customer: Well, yes. But the troubleshooting section was no help.

Customer Care Rep: What happened exactly?

Customer: Well, the Internet connection doesn't work. I think the modem is broken. I'd like a replacement.

Customer Care Rep: How were you using the computer when you tried to connect to the Internet?

Customer: I was trying to connect to the Internet! What kind of question is that?!

Customer Care Rep: I understand you're upset, sir. I'm just trying to understand the problem. I'm afraid it's not our policy to replace computers because of glitches.

Customer: I bought this computer with the software pre-loaded. I haven't touched anything.

Customer Care Rep: We're sorry that you've had a problem with this computer. Could you bring in your computer? I promise you we'll check the settings and get back to you immediately.

Customer: OK, that will work for me.

Customer Care Rep: Is there anything else I need to know about this that I haven't thought to ask?

Customer: No, I'd just like to be able to use my computer to connect to the Internet.

Customer Care Rep: We'll do our best to get your computer working as soon as possible.

(<http://www.jazyky-online.info/cestovani/lesson/print/06-01.pdf>)

Task 8. Use the Key Phrases to make up dialogues with your partner. Act them out for the classmates.

1. What seems to be the problem?
2. What happened exactly?
3. I'm afraid it's not our policy to ...
4. I promise you I'll ...
5. Did you read the instructions that came with the ...?
6. How were you using the ...?
7. I understand you're upset, sir.
8. I'm just trying to understand the problem.
9. We're sorry that you've had a problem with this product.
10. Is there anything else I need to know about this that I haven't thought to ask?

Task 9. How to respond to complaints: learn useful phrases.

There are four basic steps you shall follow when responding to f your clients' complaints:

apologize -> ask for more details -> act -> ask for feedback

Formal phrases of apology

1. I apologize for the inconvenience.
2. Please accept my sincere apologies
3. I apologize for the problem.
4. My apologies.

Less formal phrases of apology

1. We are very sorry for the trouble caused.
2. Sorry for the delay.
3. Sorry for the inconvenience.

Asking for specific details

1. Would you mind telling me some details of your problem?

2. Please tell me more about your problem.
3. Please tell me exactly what happened.
4. Please tell me exactly what the problem is.

Assuring of taking action

1. I will send one of my colleagues to take care of it right now.
2. Certainly, I will take care of it myself.
3. I'll make sure to solve this situation today.
4. I will get back to you today with the solution.

Asking for feedback

1. I just want to check that everything worked out OK.
2. Did you get what you needed?
3. Did everything work out to your satisfaction?
4. Has the problem been resolved to your satisfaction?
5. I wanted to see if you are satisfied with the solution of the problem.

Task 10. Practice the two dialogues below with a partner. Be sure to exchange roles so that are both the person with a complaint and the person responding to the complaint.

Dialogue 1. The missing parts

A: Hello Mr. Chen, may I help you?

B: Yes, I ordered spare parts for my generator, but you sent the wrong parts.

A: Oh no! Can you tell me exactly what parts you ordered and what you got?

B: Yes, I ordered two of part number B235C, but I got two B235Ds instead! They won't fit my generator.

A: I'm very sorry, let me check and see if we have the correct parts here right now and if we do, I can have someone deliver them this afternoon. Would that be okay?

B: Yes, please – the sooner I have the parts the better.

Some time later

A: Hello Mr. Chen, did you get the correct parts I sent over? Are they exactly what you needed?

B: Yes, they just arrived. Thank you.

A: My pleasure Mr. Chen, again, sorry for the inconvenience.

Dialogue 2. Shoddy service

A: Hello, Anderson Pool Service, may I help you?

B: Yes this Dolly McBride, someone was supposed to clean my swimming pool today. No one came.

A: I'm sorry Ms. McBride, let me check the schedule and see what went wrong. Can I send someone over first thing tomorrow morning?

B: Yes, that would be okay.

Next day

A: Hello Ms. McBride?

B: Yes?

A: Did the pool cleaner get over there okay this morning?

B: Yes, everything is fine now. Thank you.

A: Thank you, Ms. McBride – and again – my apologies for the mix-up yesterday.

(<http://www.businessenglishebook.com/business-english-lessons-activities/business-english-complaints-lesson/>)

Task 11. Grammar self-check. Fill in the gaps with the correct prepositions.

Please accept my apology _____ the delay. I need to apologize _____ Mr. Black _____ the problems with the air-conditioner in his room. I am sorry _____ see that your problem is still not fully solved. I hope that you are satisfied _____ the solution.

Task 12. Vocabulary self-check. Fill in the gaps with the correct expression.

1. to apologize	We apologize to someone for something.
2. to be sorry	We are sorry for the inconvenience. I am sorry about the delay. I am sorry to hear that you are not satisfied.
3. to be satisfied	I hope that you are satisfied with the solution.

I am _____ for the inconvenience. I wanted to see if you are _____ with the solution of the problem. I will take _____ of it myself. Please tell me exactly what _____ . I for the problem.

Task 13. Possible brief responses to complaints.

1. Situation 1 – at the hotel

Guest: Sorry, the air-conditioner in my room isn't working. Can you fix it for me?

Receptionist: Of course, sorry for the inconvenience.

2. Situation 2 – at the restaurant

Guest: Excuse me, I didn't order chicken but beef.

Waiter: Oh, I apologise for it, I'll get your order right away.

3. Situation 3 – at the bar

Guest: Sorry but this drink is not cold...Can I have more ice in it?

Bartender: Certainly, sorry, Sir. Just a moment, please.

7.1.3. Описание критериев оценивания

Критерии оценки при проведении опроса по дисциплине

Оценка за ответ	Критерии
Отлично	Выставляется обучающемуся, если: - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; - исчерпывающее, последовательно, четко и логически излагает теоретический материал; - свободно справляется с решение задач, вопросами и другими видами задач; - использует в ответе дополнительный материал; - все задания, предусмотренные учебной программой выполнены; - анализирует полученные результаты; - проявляет самостоятельность при выполнении практических заданий.
Хорошо	Выставляется обучающемуся, если: - теоретическое содержание курса освоено полностью; - необходимые практические компетенции в основном сформированы; - все предусмотренные учебной программой обучения практические задания выполнены, но в них имеются ошибки и неточности; - при ответе на поставленный вопрос обучающийся не отвечает аргументировано и полно. - знает твердо лекционный материал, грамотно и по существу отвечает на основные понятия.
Удовлетворительно	Выставляет обучающемуся, если: - теоретическое содержание курса освоено частично, но проблемы не носят существенного характера; - большинство предусмотренных учебной программой заданий выполнено, но допускаются не точности в определении формулировки; - наблюдается нарушение логической последовательности.

Неудовлетворительно	<p>Выставляет обучающемуся, если:</p> <ul style="list-style-type: none"> - не знает значительной части программного материала; - допускает существенные ошибки; - неуверенно выполняет практические задания; - так же не сформированы практические компетенции; - отказ от ответа или отсутствие ответа.
---------------------	---

Критерии оценки письменных ответов, при написании контрольных работ по дисциплине

Оценка за ответ	Характеристика ответа
Отлично	<p>Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания иностранного языка. Оценка “отлично” предполагает глубокое знание правил грамматики и стилистики иностранного языка, понимание речи говорящего и письменного текста. Ответ обучающегося на каждый вопрос должен быть развернутым, уверенным, содержать достаточно четкие формулировки, подтверждаться графиками, цифрами или фактическими примерами. Такой ответ должен продемонстрировать знание материала лекций, базового учебника и дополнительной литературы. Оценка “отлично” выставляется только при полных ответах на все основные и дополнительные вопросы.</p> <p>Оценка 5 (“отлично”) ставится обучающимся, которые при ответе:</p> <ul style="list-style-type: none"> • обнаруживают всестороннее систематическое и глубокое знание программного материала; • демонстрируют знание современной учебной и научной литературы; • способны творчески применять знание теории к решению профессиональных задач; • владеют понятийным аппаратом; • демонстрируют способность к анализу и сопоставлению различных подходов к решению заявленной в билете проблематики; • подтверждают теоретические постулаты примерами.
Хорошо	<p>Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются нормы литературной речи. Оценка “хорошо” ставится обучающемуся за правильные ответы на вопросы, знание основных характеристик раскрываемых категорий в рамках рекомендованного учебниками и положений, данных на лекциях. Обязательно понимание взаимосвязей между явлениями и процессами, знание основных закономерностей.</p> <p>Оценка 4 (“хорошо”) ставится обучающимся, которые при ответе:</p> <ul style="list-style-type: none"> • обнаруживают твердое знание программного материала; • усвоили основную и наиболее значимую дополнительную литературу; • способны применять знание теории к решению задач профессионального характера; • допускают отдельные погрешности и неточности при ответе.

Удовлетворительно	<p>Допускаются нарушения в последовательности изложения. Демонстрируются поверхностные знания вопроса. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения норм литературной речи.</p> <p>Оценка “удовлетворительно” предполагает ответ только в рамках лекционного курса, который показывает знание сущности основных категорий науки. Как правило, такой ответ краток, приводимые формулировки являются недостаточно четкими, нечетки, в ответах допускаются неточности. Положительная оценка может быть поставлена при условии понимания обучающимися сущности основных категорий по рассматриваемому и дополнительным вопросам.</p>
Неудовлетворительно	<p>Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний. Имеются заметные нарушения норм литературной речи.</p> <p>Оценка “неудовлетворительно” предполагает, что обучающийся не разобрался с основными вопросами изученных в процессе обучения курсов, не понимает сущности процессов и явлений, не может ответить на простые вопросы типа “что это такое?” и “почему существует это явление?”. Оценка 2 (“неудовлетворительно”) ставится обучающимся, которые при ответе:</p> <ul style="list-style-type: none"> • обнаруживают значительные пробелы в знаниях основного программного материала; • допускают принципиальные ошибки в ответе на вопросы поставленные в задании; • демонстрируют незнание теории и практики;

Критерии оценки написания и представления реферата обучающимся

Оценка за ответ	Критерии
Отлично	<p>оценивается доклад, в котором соблюдены следующие требования: обоснована актуальность избранной темы; полно и четко представлены основные теоретические понятия; проведен глубокий анализ теоретических и практических исследований по проблеме; продемонстрировано знание методологических основ изучаемой проблемы; показана осведомленность о новейших исследованиях в данной отрасли (по материалам научной периодики); уместно и точно использованы различные иллюстративные приемы – примеры, схемы, таблицы и т. д.; показано знание межпредметных связей; работа написана с использованием терминов современной науки, хорошим русским языком, соблюдена логическая стройность работы; соблюдены все требования к оформлению доклада.</p>
Хорошо	<p>оценивается доклад, в которой: в целом раскрыта актуальность темы; в основном представлен обзор основной литературы по данной проблеме; недостаточно использованы последние публикации по данному вопросу; выводы сформулированы недостаточно полно; собственная точка зрения отсутствует или недостаточно аргументирована; в изложении преобладает описательный характер</p>
	<p>выставляется при условии: изложение носит исключительно</p>

Удовлетворительно	описательный, компилятивный характер; библиография ограничена; изложение отличается слабой аргументацией; работа не выстроена логически; недостаточно используется научная терминология; выводы тривиальны; имеются существенные недостатки в оформлении.
Неудовлетворительно	выставляется если большинство изложенных требований к докладу не соблюдено, то он не засчитывается.

Критерии оценки образовательных достижений для тестовых материалов

Коэффициент К (%)	Оценка	Критерии оценки
Свыше 80% правильных ответов	«отлично»	Глубокое познание в освоенном материале
Свыше 70% правильных ответов	«хорошо»	Материал освоен полностью, без существенных ошибок
Свыше 50% правильных ответов	«удовлетворительно»	Материал освоен не полностью, имеются значительные пробелы в знаниях
Менее 50% правильных ответов	«неудовлетворительно»	Материал не освоен, знания обучающийся ниже базового уровня

7.2. Промежуточная аттестация

7.2.1. Формы промежуточной аттестации успеваемости обучающихся

Промежуточная аттестация по дисциплине «Иностранный язык в профессиональной деятельности» завершает изучение курса и проходит в виде экзамена. Экзамен проводится согласно расписанию зачетно-экзаменационной сессии. До экзамена не допускаются обучающиеся, не сдавшие хотя бы одну из двух текущих аттестаций (тестирований). Экзамен может быть выставлен автоматически, по результатам текущих контролей и достижений, продемонстрированных обучающимся на практических занятиях. Фамилии обучающихся, получивших экзамен автоматически, объявляются в день проведения экзамена, до начала промежуточного испытания. Все обучающиеся группы размещаются в аудитории, по одному человеку за столом.

Проведение экзамена может состоять из двух этапов:

1. Ответ на вопросы, указанные в билете
2. Тестирование либо решение практических задач

Состав испытания определяется преподавателем самостоятельно исходя из уровня подготовки обучающихся, продемонстрированного на текущей аттестации и практических занятиях.

Независимо от результата первого этапа преподаватель допускает обучающегося до прохождения второго этапа экзамена. Только по итогам всех этапов и результатам текущей успеваемости выставляется итоговая отметка.

Итог каждого этапа испытания фиксируется преподавателем. Оценивание проводится по методике, описанной выше для оценки тестирования и решения задач. Преподаватель вправе повысить получившееся значение, основываясь на результатах текущей успеваемости обучающегося и его работы на практических занятиях. Результаты прохождения экзамена объявляются всей группе.

В случае неудовлетворительного результата экзаменационного испытания начальником учебного отдела назначается день и время повторной сдачи экзамена по дисциплине.

«ЧОУ ВО ИНСТИТУТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ КAVKAZA»

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

дисциплина: «Иностранный язык в профессиональной деятельности»

экзамен по направлению 43.03.01 Сервис

Утвержден на заседании кафедры, протокол № ___ от «___» _____ 2021 г.

1. Факторы, обуславливающие развитие и пополнение словарного состава языка.
2. Значение иностранного языка для международного общения. .
3. Тестовое задание

Экзаменатор _____

Зав. кафедрой _____

7.2.2. Перечень примерных вопросов и вариантов практических задач для промежуточной аттестации обучающихся

7.2.2.1. Примерные вопросы для промежуточной аттестации

№ п/п	Перечень примерных вопросов к экзамену	Код формируемой компетенции
1.	Речевое общение в сфере коммерческих, административно-правовых, экономических и дипломатических отношений.	3-1, 3-2, У-2
2.	Особенности и языковые различия между диалогической, монологической и дистантной деловой речью.	3-1, 3-2, У-2
3.	Основные правила поведения персонала гостиницы. Стиль обслуживания клиентов.	3-1, 3-2, 3-4, У-2, В-2
4.	Служебный этикет в сфере гостеприимства.	3-1, 3-2, 3-4, У-2, В-2
5.	Роль гостеприимства в сфере гостиничных услуг.	3-1, 3-2, 3-4, У-2, В-2
6.	Особенности корпоративного имиджа организации.	3-1, 3-2, 3-4, У-2, В-2
7.	Психологическая культура сервиса.	3-1, 3-2, 3-4, У-2, В-2
8.	Факторы, обуславливающие развитие и пополнение словарного состава языка.	3-1, 3-2, У-2, В-1
9.	Новообразования, используемые большинством говорящих на данном языке людей.	3-1, 3-2, У-2, В-1
10.	Количественное пополнение. Заимствование латинской, французской лексики.	3-1, 3-2, У-2, В-1
11.	Специфика словарного состава языка.	3-1, 3-2, У-2, В-1
12.	Классификация словарного состава языка.	3-1, 3-2, У-2, В-1
13.	Развитие фонетического строя (изменения в системе гласных, согласных, орфографии) и грамматического строя языка (развитие системы имени, глагола, синтаксиса).	3-1, 3-2

14.	Пополнение словарного состава языка.	3-1, 3-2
15.	Место, где останавливались на ночлег гости-купцы. Позднее – приспособленные помещения для более-менее комфортного ночлега и проживания для любых приезжих людей..	3-4, 3-5, У-3, У-4, В-2, В-3
16.	Специфика жанра телефонного делового общения. Этикет делового телефонного разговора	3-3, У-1, В-1
17.	. Деловая беседа по телефону – это самый быстрый деловой контакт и особое умение.	3-3, У-1, В-1
18.	Телексы, телетайпы, факсы.	3-3, У-1, В-1
19.	Значение иностранного языка для международного общения.	3-1, 3-2, У-3, В-3
20.	Изучение основных правил поведения за столом.	3-1, 3-2, 3-5, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3
21.	Рассмотрение ограничений на тематику застольных бесед в столовом этикете.	3-1, 3-2, 3-5, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3
22.	Правила использования столовых приборов.	3-1, 3-2, 3-5, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3
23.	Изучение особенностей сервировки стола к различным праздничным и обычным мероприятиям.	3-1, 3-2, 3-5, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3
24.	Особенности поведения в гостях и приема гостей.	3-1, 3-2, 3-5, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3
25.	Правила встречи гостей, выбор и преподнесение подарков и сувениров.	3-1, 3-2, 3-5, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3
26.	Блюда, которые подаются к столу.	3-1, 3-2, 3-5, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3
27.	Правила поведения за столом.	3-1, 3-2, 3-5, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3
28.	Выбор столовых приборов для использования. Правила что и как правильно есть.	3-1, 3-2, 3-5, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3
29.	Структура ресторанной службы. Должность сомелье.	3-1, 3-2, 3-4, У-2, У-3, В-2, В-3
30.	Правила составления карты вин. Методы и условия хранения вина	3-1, 3-2, 3-4, У-2, У-3, В-2, В-3
31.	Классификация вин. Как читать винную этикетку Соответствие блюд и вин Стеклопосуда	3-1, 3-2, 3-4, У-2, У-3, В-2, В-3
32.	Виды штопоров . Презентация и техника подачи вина.	3-1, 3-2, 3-4, У-2, У-3, В-2, В-3
33.	Планирование и подготовка служебных совещаний.	3-1, 3-2, 3-3, У-1, У-2, В-1
34.	Установление продолжительности, регламента и протокола совещания.	3-1, 3-2, 3-3, У-1, У-2, В-1
35.	Основные этапы проведения делового совещания: начало совещания, передача информации, аргументация, нейтрализация замечаний, принятия решения.	3-1, 3-2, 3-3, У-1, У-2, В-1
36.	Примерный ассортимент блюд, напитков и изделий; наличие сырья и продуктов на складе; сезонность продуктов; наличие стандартов приготовления блюд	3-4, 3-5, У-3, У-4, В-2, В-3

37.	Историческое развитие гостиницы, характеристика направлений деятельности.	3-4, 3-5, У-3, У-4, В-2, В-3
38.	Организационная структура и номерной фонд гостиничного предприятия.	3-4, 3-5, У-3, У-4, В-2, В-3
39.	Должностные обязанности директора, администратора и бухгалтера.	3-4, 3-5, У-3, У-4, В-2, В-3
40.	SVID анализ: возможности и угрозы внешней среды.	3-4, 3-5, У-3, У-4, В-2, В-3
41.	Виды банкетного обслуживания - от простой подачи сэндвичей, банкета-чая или банкета-кофе до банкетов с полным обслуживанием..	3-4, 3-5, У-3, У-4, В-2, В-3
42.	Особенности обслуживания банкетов и пожеланий заказчика, вида торжества ассортимента подаваемых блюд и напитков.	3-4, 3-5, У-3, У-4, В-2, В-3
43.	Разнообразие видов мероприятий и оказываемых клиенту услуг.	3-3, 3-4, 3-5, У-1, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3
44.	Обслуживание отеля.	3-4, 3-5, У-3, У-4, В-2, В-3
45.	Еда. Кухни разных стран. Еда в России, Великобритании, США.	3-4, 3-5, У-3, У-4, В-2, В-3
46.	Традиции, связанные с приемом пищи.	3-4, 3-5, У-3, У-4, В-2, В-3
47.	Профессиональное обучение.	3-4, 3-5, У-3, У-4, В-2, В-3

7.2.3. Критерии оценки для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Оценка за ответ	Критерии
Отлично	<p>Выставляется обучающемуся, если:</p> <ul style="list-style-type: none"> - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; - исчерпывающее, последовательно, четко и логически излагает теоретический материал; - свободно справляется с решением задач, вопросами и другими видами задач; - использует в ответе дополнительный материал; - все задания, предусмотренные учебной программой выполнены; - анализирует полученные результаты; - проявляет самостоятельность при выполнении практических заданий.
Хорошо	<p>Выставляется обучающемуся, если:</p> <ul style="list-style-type: none"> - теоретическое содержание курса освоено полностью; - необходимые практические компетенции в основном сформированы; - все предусмотренные учебной программой обучения практические задания выполнены, но в них имеются ошибки и неточности; - при ответе на поставленный вопрос студент не отвечает аргументировано и полно. - знает твердо лекционный материал, грамотно и по существу отвечает на основные понятия.

Удовлетворительно	<p>Выставляет обучающемуся, если:</p> <ul style="list-style-type: none"> - теоретическое содержание курса освоено частично, но проблемы не носят существенного характера; - большинство предусмотренных учебной программой заданий выполнено, но допускаются не точности в определении формулировки; - наблюдается нарушение логической последовательности
Неудовлетворительно	<p>Выставляет обучающемуся, если:</p> <ul style="list-style-type: none"> - не знает значительной части программного материала; - допускает существенные ошибки; - неуверенно выполняет практические задания; - так же не сформированы практические компетенции; - качество выполненных заданий оценено числом баллов, близким к минимальному. - не сформированы компетенции, умения и навыки, - отказ от ответа или отсутствие ответа.

8. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Основная литература

1. Иностранный язык профессионального общения (английский язык) [Электронный ресурс] : учебное пособие / И.Б. Кошеварова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Воронеж: Воронежский государственный университет инженерных технологий, 2018. — 140 с. — 978-5-00032-323-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/76428.html>

2. Матвеева Н.В. Английский язык. Менеджмент гостинично-ресторанных предприятий [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.В. Матвеева. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 152 с. — 978-5-4486-0228-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72797.html>

3. Попов Е.Б. Miscellaneous items. Общеразговорный английский язык [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.Б. Попов. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2019. — 132 с. — 978-5-4487-0457-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/79610.html>

4. Раптанова И.Н. English for service and tourism industry - Английский язык в сфере обслуживания и туризма [Электронный ресурс] : учебное пособие / И.Н. Раптанова, К.Г. Чапалда. — Электрон. текстовые данные. — Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2019. — 119 с. — 978-5-7410-1520-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/69881.html>

8.2. Дополнительная литература

1. Баландина И.Д. Грамматика английского языка для бакалавров, изучающих английский язык как второй иностранный [Электронный ресурс] : учебное пособие / И.Д. Баландина, Е.В. Челпанова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 255 с. — 978-5-4486-0537-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/79896.html>

2. Бейзеров В. А. Английский язык для сферы туризма и гостиничного бизнеса = English for Tourism and Hotel Industry. – Ростов на Дону: Феникс, 2019. – 347 с.

3. Королева Н.Е. Английский язык. Сервис и туризм. English For Tourism: учеб. пособие.—Изд. 2-е. - Ростов н /Д: Феникс, 2018. – 407с.

4. Матвиенко Л.М. Иностранный язык: теория и практика. Итоговая аттестация по дисциплине [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / Л.М. Матвиенко, В.Г. Нестеренко. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2018. — 43 с. — 978-5-4487-0288-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/76827.html>

5. Мошняга Е.В. Английский язык [Электронный ресурс] : туризм, гостеприимство, платежные средства. Учебное пособие / Е.В. Мошняга. — Электрон. текстовые данные. — М. : Советский спорт, 2019. — 255 с. — 978-5-9718-0617-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57644.html>

6. Нуреева Д.Н. English for Service and Tourism (Английский язык. Сервис и туризм) [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / Д.Н. Нуреева. — Электрон. текстовые данные. — Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2020. — 139 с. — 978-5-7882-1616-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/61947.htm>

7. Старкова Д.А. Иностранный язык в специальных сферах коммуникации [Электронный ресурс] : практикум / Д.А. Старкова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 101 с. — 978-5-4486-0596-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80297.html>

9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ ИНФОРМАЦИОННО - ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Электронно – библиотечная система - <http://www.iprbookshop.ru/>
2. Федеральный портал «Российское образование» - <http://www.edu.ru/>
3. Научная электронная библиотека – полнотекстовые журналы на русском и иностранных языках - <https://elibrary.ru/defaultx.asp>

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

10.1. Общие методические указания по изучению курса:

При изучении курса «Иностранный язык в профессиональной деятельности» обучающиеся знакомятся с темами курса в соответствии с учебно-тематическим планом на лекционных и практических занятиях. Во время проведения занятий используются мультимедийные материалы; на основании пройденного теоретического материала и индивидуального изучения литературы по тематическим планам обучающиеся самостоятельно изучают указанные темы, выполняются практические задания; в качестве научно-исследовательской работы обучающиеся выполняют рефераты (и иные работы) по утвержденным или рекомендованным темам; завершающим этапом изучения программы курса является повторение и закрепление пройденного материала в виде контроля остаточных знаний, тестирования, подготовки к промежуточной аттестации.

При подготовке к практическим занятиям обучающийся должен начинать подготовку с литературы, отражающей концепцию курса.

Эффективность освоения дисциплины обучающимися самостоятельно связана с изучением основной и специальной литературы, а также подготовкой письменных работ.

При работе с литературой и выполнении заданий обучающимися целесообразно пользоваться фондами электронно-библиотечной системы - <http://www.iprbookshop.ru/>, фондами библиотеки вуза, кабинетов кафедры, Интернет-ресурсами.

Работа обучающихся на практических занятиях предполагает достижение учебных и воспитательных целей: помочь обучающимся овладеть необходимыми теоретическими

знаниями, в том числе – концепциями и терминологией учебной дисциплины; овладеть необходимыми практическими умениями и навыками; способствовать формированию активной жизненной и гражданской позиции студенчества, их ценностных ориентаций, в том числе, профессиональных.

10.2. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся

Организация любой самостоятельной работы обучающихся включает три этапа:

- первый этап – постановка перед обучающимися целей, задач выполнения заданий (упражнений), разъяснения и указания по их выполнению;
- второй этап – непосредственная деятельность обучающимися по выполнению заданий (упражнений), решению задач;
- третий этап – подведение итогов и оценка выполнения самостоятельной работы обучающихся.

В ходе выполнения заданий обучающиеся должны учиться мыслить, анализировать задания, учитывать условия, ставить задачи, решать возникающие проблемы.

В организации творческой деятельности обучающихся преподавателю помогают новые информационные технологии.

При распределении видов заданий СР рекомендуется использовать дифференцированный подход к обучающимся.

Перед выполнением СР преподаватель проводит инструктаж по выполнению задания, который включает цель задания, его содержание, сроки выполнения, ориентировочный объем работы, основные требования к результатам работы, критерии оценки.

В процессе инструктажа преподаватель предупреждает обучающихся о возможных типичных ошибках, встречающихся при выполнении задания. Инструктаж проводится преподавателем за счет времени, отведенного на изучение дисциплины.

Самостоятельная работа может выполняться индивидуально или группами обучающихся, в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений обучающихся.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и может проходить в письменной или устной форме, с предоставлением продукта творческой деятельности.

Критериями оценки результатов СР являются:

- уровень усвоения учебного материала;
- умение обучающихся использовать теоретические знания при выполнении практических задач;
- наличие общеучебных и профессиональных умений и навыков;
- наличие и четкость изложения ответов;
- оформление материала в соответствии с требованиями.

10.3. Методические рекомендации к написанию контрольной работы

Контрольная работа – одна из форм самостоятельного изучения обучающимися учебного материала. Выполнение контрольной работы преследует цель научить самостоятельно работать над учебным материалом, овладеть методами современных научных исследований, а также приучить к точному изложению своих мыслей, к умению делать определенные выводы и обобщения на основе изученного материала. Кроме того, она служит для обучающихся средством контроля усвоения курса. По дисциплине «Иностранный язык в профессиональной деятельности» для обучающихся заочной формы

обучения предусмотрена как контрольная работа в форме текущего контроля. Контрольная работа должна быть выполнена самостоятельно и должна быть правильно оформлена. Необходимо составить план контрольной работы (с указанием страниц) и список литературы. Рекомендуется перед выполнением контрольной работы ознакомиться с программой дисциплины, изучить её теоретическую часть по предлагаемому в методических указаниях списку литературы, а затем приступить к выполнению одного из 10 вариантов. Контрольная работа печатается на компьютере и оформляется на бумаге формата А4, 14 шрифтом, через 1,5 интервала. Объем печатной контрольной работы должен составлять 10-12 страниц. Страницы работы должны быть пронумерованы, к приведенным цитатам и цифровым данным должны быть сделаны ссылки.

11. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

По всем темам активно используется компьютерная техника для демонстрации слайдов с помощью программного приложения Microsoft Power Point.

На практических занятиях обучающиеся представляют презентации, подготовленные с помощью программного приложения Microsoft Power Point, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные технологии:

- сбор, хранение, систематизация и выдача учебной и научной информации;
- обработка текстовой, графической и эмпирической информации;
- подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности;
- самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных;
- использование электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем.

ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Операционные системы:

- Microsoft Open License (лицензия № 43817628 от 18.04.2008 г. (бессрочно).

Офисные пакеты:

- Антивирусная защита Касперского (договор №336-2018 от 14.05.2018 г. сроком на 1 год).
- Программа для компьютерного лингафонного кабинета Линко в свободном доступе.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

- **Клиент – серверные приложения:**
- Консультант плюс (договор № 43559/21 от 09.06.2021 г. сроком на 1 год).
- **Онлайн ресурсы:**
- Система антиплагиат ВКР-ВУЗ (договор №3774/21 от 13.02.2021 г. сроком на 1 год).
- Информационно-аналитическая система SCIENCE INDEX (договор №SIO-932/2020 от 12.11.2020 г. сроком на 1 год).
- Информационно-библиотечная система IPRbooks (договор №2989/21 от 28.06.2021 г. сроком на 3 года).

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

Специальные помещения и помещения для самостоятельной работы:

Учебная аудитория для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (лингфонный кабинет, ауд.200), оборудованный:

Учебной мебелью:

- лингафонный стол (8шт.),
- стул (8 шт.),
- стол преподавателя (1шт.),
- доска меловая (1шт.).

Технические средства обучения:

- компьютеры с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду организации (8 шт.),
- звукоусиливающая аппаратура (8шт.).
- Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд.201) укомплектовано:

Учебной мебелью:

- стол на 2 посадочных места (10 шт.),
- стул (20 шт.),
- стол преподавателя (1 шт.),
- доска меловая (1 шт.)

Технические средства обучения:

- компьютеры с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду организации (10 шт.),
- телевизор (1 шт.).

13. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины используются следующие образовательные технологии:

13.1. Стандартные методы обучения

- практические занятия;
- письменные или устные домашние задания;
- консультации преподавателей;
- самостоятельная работа обучающихся, в которую входит освоение теоретического материала, подготовка к практическим/лабораторным занятиям, выполнение указанных выше письменных/устных заданий, работа с литературой.

13.2. Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий

- круглые столы;
- обсуждение подготовленных обучающимися рефератов;
- групповые дискуссии и проекты;
- обсуждение результатов работы студенческих исследовательских групп;
- решение кейс-стади.

14. ОСОБЕННОСТИ ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЙ ОБУЧАЮЩИМИСЯ-ИНВАЛИДАМИ И ЛИЦАМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Особые условия обучения и направления работы с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее обучающимися с ограниченными возможностями здоровья) определены на основании:

- Закона РФ от 29.12.2012г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Закона РФ от 24.11.1995 г. № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»;

- Приказа Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

- методических рекомендаций по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса (утв. Минобрнауки России 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Под специальными условиями для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья понимаются условия обучения, воспитания и развития таких обучающихся, включающие в себя использование адаптированных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающийся необходимую техническую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания вуза и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Обучение лиц организовано как инклюзивно, так и в отдельных группах.

Для незрячих и слабовидящих: весь необходимый для изучения материал, согласно учебному плану (в том числе, для обучающихся по индивидуальным учебным планам) предоставляется в электронном виде на диске.

Для слабовидящих обучающихся обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; при необходимости предоставляется увеличивающее устройство (например, видеоувеличитель электронный ручной, или иное).

Для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи: обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования (система информационная для слабослышащих переносная), при необходимости предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

Перед началом обучения проводятся консультативные занятия, позволяющие обучающийся с ограниченными возможностями адаптироваться к учебному процессу

Для обеспечения доступности образования для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья может применяться адаптированная форма обучения с элементами дистанционного обучения. Целью обучения является предоставление обучающимся возможности освоения образовательных программ непосредственно по месту жительства или временного их пребывания. При обучении, с элементами дистанционного, ведущий преподаватель осуществляет учебно-методическую помощь обучающийся через консультации с использованием средств Интернет-технологий.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

№п/п	Подразделение	Фамилия	Подпись	Дата
1	Кафедра общенаучных дисциплин	Черникова В.Е.		28.08.2018
2	Библиотека	Бугаева С.В.		28.08.2018
3	МТО	Фролова В.А.		28.08.2018