

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Институт экономики и менеджмента

УТВЕРЖДЕНО:
Директор ИЭМ
Е.В. Нехода

Рабочая программа дисциплины

Второй иностранный язык

по направлению подготовки

38.03.01 Экономика

Направленность (профиль) подготовки:
«Финансовая экономика»

Форма обучения
Очная

Квалификация
Бакалавр

Год приема
2020

СОГЛАСОВАНО:
Руководитель ОП
Т.Г. Ильина

Председатель УМК
В.В. Маковеева

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ОК-4 способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

ПК-7 способностью, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет

2. Задачи освоения дисциплины

- развитие способности к осуществлению иноязычной коммуникации в устной и письменной формах в типовых ситуациях академического общения;
- формирование навыков анализа и умений обсуждения материалов профессиональной направленности на иностранном языке;
- совершенствование навыков работы с основной справочной литературой, толковыми и нормативными словарями русского и иностранного языков и ресурсами сети Интернет;
- формирование терминологической базы на иностранном языке в соответствии с направлением подготовки.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплина (модули)».

Дисциплина относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений, предлагается обучающимся на выбор.

4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине

Пятый семестр, зачет

Шестой семестр, экзамен

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются компетенции, сформированные в ходе освоения образовательных программ предшествующего уровня образования.

6. Язык реализации

Русский

7. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 з.е., 288 часов, из которых:

-практические занятия: 128 ч.

в том числе практическая подготовка: 0 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Тема 1. Введение в специальность. Немецкий как язык делового общения. Менеджмент. Сфера управленческой деятельности. Функции менеджера, карьерный рост.

Грамматика:

Видовременная система в активном и пассивном залоге. Модальные глаголы.

Тема 2. Коммерческие организации. Частное предпринимательство в России и за рубежом. Преимущества предпринимательства.

Грамматика: Управление глаголов. Множественное число существительных.

Тема 3. Расширение и ликвидация компаний. Слияние компаний. Формы расширения компаний. Международные монополии.

Грамматика.

Склонение прилагательных.

Тема 4. Деловая этика. Корпоративная культура. Формальные и неформальные виды корпоративной культуры. Деловые встречи.

Грамматика.

Сослагательное наклонение глаголов.

Тема 5. Финансовая деятельность компаний. Финансовые институты и виды финансовых услуг.

Грамматика.

Сложноподчинённое предложение. Типы придаточных.

Тема 6. Экономическая среда. Экономическая деятельность предприятий. Экономическая и финансовая безопасность бизнеса, управление рисками, анализ и прогнозирование чрезвычайных социально-экономических ситуаций.

Грамматика.

Сложноподчинённое предложение. Типы придаточных.

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, проведения контрольных работ, тестов по изученному материалу, выполнения домашних заданий и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Зачет в пятом семестре по дисциплине «Второй иностранный язык» включает в себя:

- 1) лексико-грамматический тест;
- 2) устное монологическое высказывание с использованием изученной лексики и формул речевого общения;
- 3) реферирование текста по специальности.

Результаты зачёта определяются «зачтено/не зачтено» и соответствуют оценкам «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка «зачтено/отлично» выставляется студенту, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания основных понятий учебной программы по дисциплине «Второй иностранный язык» и их значение для приобретаемой профессии, демонстрируя творческие способности в понимании курса.

Оценка «зачтено/хорошо» выставляется, если студент обладает достаточно полными знаниями учебного материала, сформированы необходимые умения и навыки деловой коммуникации, но студент недостаточно глубоко усвоил лексико-грамматический материал по изучаемой дисциплине.

Оценки «зачтено/удовлетворительно» заслуживает студент, обнаруживший знание учебного материала в минимальном объёме, достаточном для дальнейшей учёбы и предстоящей работы по профессии.

Оценка «не зачтено/неудовлетворительно» выставляется студенту, обнаружившему значительные пробелы в знаниях учебного материала, допустившему существенные ошибки в ответе.

Образец контрольных вопросов к зачёту

Письменная часть (der schriftliche Teil):

1. Лексико-грамматический тест (der lexikalisch-grammatische Test)

Устная часть (der mündliche Teil):

2. Реферирование аутентичного текста на немецком языке. Объём – 1700-1800 печатных знаков. Время выполнения 20-25 минут.

3. Монологическое высказывание с использованием изученной лексики и формул делового общения:

1. Über welche Eigenschaften sollte ein erfolgreicher Manager verfügen? Wie sind die wichtigsten Aufgaben, die er erledigt?

2. Inwieweit sind die nächsten Faktoren für den Erfolg des Managers relevant? a) Mitarbeitertreue b) hohe Leistungen c) Beliebtheit beim Chef

3. Wie sind die Faktoren für einen erfolgreichen Zusammenschluss? Können Sie Beispiele dafür geben? In welchen Fällen kann ein Firmenzusammenschluss scheitern?

4. Wie handelt man auf neuen Märkten, was wissen Sie davon? Was sollte dabei in Kauf genommen werden?

Экзамен проводится в шестом семестре. Результаты экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

При выставлении оценок учитывается уровень приобретённых компетенций студента по составляющим «знать», «уметь», «владеть». Компонент «знать» оценивается теоретическими вопросами по содержанию дисциплины, компоненты «уметь» и «владеть» - практико-ориентированными заданиями. Важное значение имеют объём, глубина знаний, аргументированность и доказательность умозаключений студента, а также общий кругозор студента.

Оценка «отлично» выставляется студенту, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания основных понятий учебной программы по дисциплине «Второй иностранный язык» и их значение для приобретаемой профессии, демонстрируя творческие способности в понимании курса.

Оценка «хорошо» выставляется, если студент обладает достаточно полными знаниями учебного материала, сформированы необходимые умения и навыки деловой коммуникации, но недостаточно глубоко усвоил лексико-грамматический материал по изучаемой дисциплине.

Оценки «удовлетворительно» заслуживает студент, обнаруживший знание учебного материала в минимальном объёме, достаточном для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии. Оценка «удовлетворительно» выставляется студентам, допустившим погрешности в ответе на экзамене, но обладающим необходимым потенциалом для их устранения под руководством преподавателя.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, обнаружившему значительные пробелы в знаниях учебного материала, допустившему существенные ошибки в ответе.

Образец контрольных вопросов к экзамену

Письменная часть (der schriftliche Teil)

1. Лексико-грамматический тест (der lexikalisch-grammatische Test)

2. Письменный перевод аутентичного текста с немецкого языка на русский с использованием словарей и другой справочной литературы. Объём – 1800 печатных знаков. Время выполнения – 45 минут.

Устная часть (der mündliche Teil)

3. Реферирование аутентичного текста на немецком языке. Объём – 2000 печатных знаков. Время выполнения – 25-30 минут.

4. Составление монологических высказываний в рамках профессиональной сферы с использованием изученной лексики и формул делового общения:

1. Ist es möglich, dass sich zwei Firmen mit äußerlich ganz verschiedenen Kulturen zusammenschließen und zusammenarbeiten? Welche Kompromisse müssen dann diese Firmen eingehen?

2. In verschiedenen Kulturen können Geschäfte persönlich / nicht persönlich gemacht werden. Wie ist es in Ihrer Kultur, was ist üblich? Wie würden Sie sich persönlich einer neuen Kultur anpassen und warum?

3. Mit welchen Krisen haben die Geschäftsführer zu tun? Wie meinen Sie, kann es wirksame Maßnahmen geben, zu denen die Firmenleitung greifen kann?

4. Wie sind die Vor- und Nachteile von privaten und öffentlichen Märkten?

5. Auf welche Weise würden Sie einen Gewinn erwirtschaften, wenn Sie ein Geschäft in Ihrem Land anfangen?

Лексико-грамматический тест. Данная форма контроля используется в рамках промежуточной аттестации, с помощью которой определяется уровень сформированности компетенции. Тесты промежуточного контроля оцениваются по процентной шкале оценки знаний, где проценты соответствуют баллам: 56% - 70% - «удовлетворительно»; 71% - 90% - «хорошо»; 91% - 99% - «отлично».

Образец лексико-грамматического теста

1. Ordnen Sie zu.

- | | |
|----------------------|-----------------------------|
| 1) der Chef | a) das Personal |
| 2) die Fabrik | b) der leitende Angestellte |
| 3) die Vereinbarung | c) der Arbeitsplatz |
| 4) die Führungskraft | d) die Entlassung |
| 5) die Belegschaft | e) der Auszubildende |
| 6) die Stelle | f) das Abkommen |
| 7) die Kündigung | g) der Direktor |
| 8) der Lehrling | h) das Werk |

2. Wie heißt der Gegenteil?

- | | |
|------------------|--|
| 1) günstig | a) richtig; b) gefährlich; c) gegenseitig; d) teuer |
| 2) der Abschnitt | a) der Wechselkurs; b) die Währung; c) die Gesamtheit; d) der Fall |
| 3) reduzieren | a) erhöhen; b) gelingen; c) profitieren; d) existieren |

- | | |
|-----------------|--|
| 4) weltweit | a) umfangreich; b) beschränkt; c) gegenwärtig; d) vorhanden |
| 5) gering | a) gegenwärtig; b) relativ; c) gemäß; d) groß |
| 6) zunehmen | a) profitieren; b) sparen; c) sinken; d) benötigen |
| 7) die Ausfuhr | a) der Grad; b) der Import; c) die Währung; d) die Transaktion |
| 8) gegenwärtig | a) vollkommen; b) selten; c) veraltet; d) umfangreich |
| 9) beide | a) gerade; b) sonstig; c) einer; d) vollkommen |
| 10) profitieren | a) sich spezialisieren; b) manipulieren; c) benötigen; d) untergehen |

3. Ersetzen Sie die fettgedruckten Wörter durch Synonyme (unten).

1. Weißt du nicht, wann die Betriebsferien **anfangen**?
2. Die Werbung hat sich **absolut** bewahrt.
3. Art und Qualität der Rohstoffe sind oft für die Zufriedenheit des Kunden **ausschlaggebend**.
4. Zwischen den Begriffen „Werbung“ und „Public Relations“ **gibt es** eine enge **Verbindung**.
5. Morgen erfahren wir alles von den Bedingungen der **Produktpflege**.
6. Wir haben immer viele **Nachfrager**.
7. Der Konsumbereich kann keine **dominierende** Stellung haben.
8. Wir **verwenden** oft neue Wörter, ohne zu wissen, was sie bedeuten.
9. Unter welchen Umständen **bilden sich** neue Banken und Börsen?
10. Jeder **Produzent** soll sich im Wettbewerb bewahren.

vollkommen, Erzeuger, entscheidend, Verknüpfung, gebrauchen, beginnen, Kunde, entstehen, bestehen, Service, führend

4. Bilden Sie Sätze.

- 1) ein großer Nachholbedarf der Bevölkerung, nach dem Zweiten Weltkrieg, bestand, praktisch, allen Konsumbereichen, in;
- 2) die Verhältnisse, wandelten sich, zwischen Anbietern und Nachfragern, der ersten Konsumwelle, nach;
- 3) das weltweit gebrauchte Wort, kommt, „marketing“, aus den USA, bedeutet, und, „etwas auf den Markt bringen“;
- 4) stehen, im Mittelpunkt, aller betrieblichen Entscheidungen, die Kundenwünsche;
- 5) die Distributionspolitik, in der Unternehmung, die Kontrahierungspolitik, man, Richtlinien, oft, unterscheidet, vier, die Produktpolitik, die Kommunikationspolitik;
- 6) aller Bereiche, wegen der engen Verknüpfung, vom, man, Marketing-Mix, spricht;
- 7) muss, erreicht werden, die bestmögliche Marktstellung, eine rationelle Marketing-Gestaltung, durch.

Реферирование. Чтение аутентичного текста (книги, статьи, и т.п.) и его анализ с целью детального понимания основного содержания текста с последующим изложением информации в устной или в письменной форме. Оценочным инструментом является таблица критериев оценки устных или письменных ответов (*Приложение 2*).

Образец текста для реферирования

Unternehmensführung

In der Literatur werden die Begriffe „Unternehmensführung“ und „Management“ oft als Synonyme verwendet. Unter Management versteht man letztlich die Fähigkeit, bestimmte Aufgaben durch Mitarbeiter eines Unternehmens erledigen zu lassen – Management ist der amerikanische Begriff für Führung. Dagegen geht der Begriff „Unternehmensführung“ über das eigentliche Management hinaus: Management bezieht sich nicht auf eine bestimmte Hierarchie-Ebene, während die Unternehmensführung sich auf das Unternehmen als Ganzes bezieht und sowohl Management als auch strategische Entscheidungen durch die Unternehmensleitung umfasst.

Aufgaben der Unternehmensführung sind die Unternehmensgestaltung, Unternehmenslenkung und Unternehmensentwicklung.

Unternehmensgestaltung bedeutet, dass die verschiedenen Produktionsfaktoren unter Berücksichtigung der herrschenden Umweltzustände zu einer effizienten und handlungsfähigen Institution zusammengeführt werden, um die gestellten Unternehmensziele zu erreichen. Dazu ist die Errichtung einer effizienten Aufbauorganisation, d. h. die sinnvolle Einteilung der Unternehmung in verschiedene Arbeitsstellen, Instanzen und Abteilungen, sowie einer Ablauforganisation – die aufgabenorientierte Gestaltung der einzelnen Arbeitsprozesse – notwendig.

Unternehmenslenkung bedeutet, die bestehende Struktur zu erhalten und zu optimieren sowie dort auszubauen, wo der zunehmende Wettbewerb besonders viele Anforderungen stellt. Das geschieht, indem Entscheidungen getroffen werden und deren Umsetzung kontrolliert wird. Die Unternehmensleitung stützt sich zur Steuerung der Beschaffung, der Produktion und des Absatzes der Produkte und Dienstleistungen auf alle intern und extern zugänglichen Informationen. Dabei sind allgemein als Management-Informationssystem bezeichnete computergestützte Informationssysteme üblich. Die Wirtschaftsinformatik hat inzwischen auch „Datawarehouse-Konzepte“ entwickelt, die verstreut und unsystematisch gespeicherte Daten gezielt auffinden und auswerten.

Die Unternehmensentwicklung ist ein kontinuierlicher Prozess, der verschiedene Gestaltungs- und Lenkungsaktivitäten umfasst. Wesentlich ist es hier, die Unternehmung angesichts zunehmender Kundenorientierung und Internationalisierung fortzuentwickeln, indem die Strukturen durch qualitatives Lernen ständig angepasst (lernende Organisation) und gezielt optimiert werden. Dies beinhaltet die Suche und Realisation neuer Zielvorgaben und Verhaltensweisen (z. B. soziale Kompetenz), die Förderung der Innovationsfähigkeit sowie die Schaffung von Rahmenbedingungen, die eine sinnvolle Unternehmensevolution erlauben.

Unternehmensführung hat zu tun mit Wirksamkeit, Systematisierung, Professionalisierung, zielgerichteter Steuerung, effizientem und ökonomischem Handeln. Es lassen sich vier folgende **Führungsfunktionen**, die man auch als Managementprozess bezeichnet, unterscheiden:

- 1) Die Bildung von Zielen (Unternehmenszielen), d.h. die Formulierung eines angestrebten zukünftigen Zustands.
- 2) Planung, die der Vorbereitung und Abwägung von Entscheidungen dient. Die einzelnen Teilplanungen werden aufeinander abgestimmt, um eine möglichst optimale Verwendung der knappen Mittel zu gewährleisten.

3) Das Treffen von Handlungsentscheidungen. d.h. die Wahl zwischen verschiedenen Handlungsmöglichkeiten.

4) Die Kontrolle, d.h. der Vergleich der angestrebten Ziele mit den erreichten Ergebnissen (Soll-Ist-Vergleich). Der Zweck der Kontrolle liegt darin, Informationen darüber zu gewinnen, was die Ursachen für eventuelle Abweichungen waren (Abweichungs- und Ursachenanalyse). Weitere Prognosen und Planungen sollen dadurch treffsicherer und realistischer werden. Die Kontrolle dient auch der Beurteilung der geleisteten Arbeit von Mitarbeitern, die sowohl mit negativen Sanktionen (Tadel, Abmahnung usw.) als auch mit positiven Sanktionen (Anerkennung, Gehaltserhöhung) verbunden sein können. Von der Kontrolle zu unterscheiden ist das Controlling, das neben der Kontrolle die Planung und Steuerung (Koordination) des gesamten Unternehmens mithilfe von Daten des Rechnungswesens umfasst.

Письменный перевод аутентичного текста с немецкого языка на русский.

Письменный перевод аутентичного текста с немецкого языка на русский – это умение извлекать информацию из текста на одном языке и передавать её путём создания текста на другом языке и применения её в различных видах профессиональной деятельности. Письменный перевод нацелен на развитие навыков и умений профессионального пользования справочниками, базами данных, переводческими программами, электронными словарями.

Данная форма контроля позволяет совершенствовать навыки работы с текстами по специальности, расширить терминологический аппарат в профессиональной сфере, выработать навыки и умения перевода с немецкого языка на русский и с русского на немецкий и позволяет повысить культуру устной и письменной речи.

Пример текста для перевода со словарём

Betriebsformen im Groß- und Einzelhandel

Nach der Zielgruppe lassen sich im Binnenmarkt **Großhandel** und **Einzelhandel** unterscheiden. **Großhandel** liegt vor, wenn Marktteilnehmer Güter, die sie in der Regel nicht selbst be- oder verarbeiten (Handelswaren), vom Hersteller oder anderen Lieferanten beschaffen und an Wiederverkäufer, Weiterverarbeiter, gewerbliche Verwender oder an sonstige Institutionen, soweit es sich nicht um private Haushalte handelt, absetzen. Beim Großhandel unterscheidet man folgende Betriebsformen:

- **Spezialgroßhandel**, bietet nur eine Warenart an; das Sortiment ist eng und i. d. R. tief.
- **Sortimentsgroßhandel**, bietet mehrere Warenarten an; das Sortiment ist breit und kann tief oder flach sein.
- **Zustellgroßhandel**, verkaufte Waren werden den Kunden mit eigenen Fahrzeugen oder durch Frachtführer geliefert.
- **Abholgroßhandel**, Waren werden vom Kunden beim Großhändler abgeholt.
- **Cash-and-carry-Großhandel** (Selbstbedienungsgroßhandel), der Kunde sucht sich die gewünschten Waren selbst aus, bezahlt den Kaufpreis bar (cash) und nimmt sie selbst mit (carry); die gebräuchlichste Abkürzung für diese Verkaufsform ist C & C.
- **Regalgroßhandel (Rack Jobber)**, dem Großhändler werden vom Einzelhändler Regale zur Verfügung gestellt z. B. durch Mietvertrag, die der Großhändler mit seinen Waren füllt. Der Großhändler übernimmt die Betreuung der Regale und trägt allein das Absatzrisiko. Der Einzelhändler erhält Umsatzprovision.

Unter **Einzelhandel** wird eine Form von Handelsunternehmen oder auch die Handelsaktivität verstanden, die darauf gerichtet ist, Waren an Endkunden zu vertreiben. Im Gegensatz dazu richtet sich der Großhandel an Wiederverkäufer. In volkswirtschaftlicher Hinsicht ist der Einzelhandel ein Marktmittler zwischen Hersteller und Verbraucher.

Der Einzelhandel ist äußerst vielfältig gegliedert. Die häufigsten Betriebsformen des Einzelhandels vor allem im Lebensmittel-Bereich sind:

- **Automaten-Verkauf:** Warenvertrieb über Automaten, die wenig Fläche (ab 1 m²) beanspruchen. **Shop-Zonen:** Laden-Bereiche in Tankstellen, Raststätten oder anderen Orten mit Publikumsverkehr, in denen Waren dem Endverbraucher angeboten werden. Diese Zonen sind in der Regel unter 100 m² groß.
- **Lebensmittel-Bedienungsgeschäft:** Auf Lebensmittel in Bedienung spezialisierter Einzelhandelsbetrieb mit weniger als 200 m² Verkaufsfläche. Zu dieser Kategorie zählen auch der altbekannte „Tante-Emma-Laden“ und der Kiosk.
- **Lebensmittel SB-Geschäft:** Auf Lebensmittel in Selbstbedienung spezialisierter Einzelhandelsbetrieb mit weniger als 200 m² Verkaufsfläche.
- **Lebensmittel SB-Markt:** Lebensmittelgeschäft mit 200 m² bis 400 m² Verkaufsfläche, das ein eingeschränktes Sortiment an Frischwaren sowie kleinere Non-Food-Sortimente in Selbstbedienung umfasst.
- **Supermarkt:** Lebensmittelgeschäft in Selbstbedienung mit einer Verkaufsfläche von 400 und < 1.500 m². Neben Frischwaren bietet es umfangreichere Non-Food-Sortimente an. SB-Geschäfte und Supermärkte führen 7.000 bis 11.000 Artikel.
- **Verbrauchermarkt:** Auf Selbstbedienung gründendes Einzelhandelsgeschäft mit Verkaufsflächen zwischen 1.500 m² und < 5.000 m², überwiegendem Lebensmittelangebot und einem Anteil von häufig über 25 % an Non-Food-Artikeln.

Je nach der Branche unterscheidet man auch **Spezial-** oder **Fachgeschäfte**, die Waren hauptsächlich einer Branche führen, und **Waren-** oder **Kaufhäuser**, die Waren aus einer Vielzahl von Branchen führen. In Abhängigkeit von der Sortimentsbreite werden **Vollsortimenter** (sie führen zahlreiche Artikel des täglichen Bedarfs zum Discountpreis), **Discounter** (haben ein schmales Warensortiment, einfache Warenpräsentation, kleine Verkaufsflächen und durch diese Kosteneinsparungen ermöglichte geringe Preise) und **Factory Outlet** oder **Fabrikverkauf** (eine Verkaufsstelle, in der Hersteller ihre eigenen Produkte direkt an den Endabnehmer verkaufen) unterschieden.

11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» - <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=00000>

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

в) Методические указания по организации самостоятельной работы студентов.

Организация самостоятельной работы студентов для выполнения практических заданий позволяет оценить умение самостоятельно осваивать новый материал и адаптироваться к решению новых практических задач, владение навыками планирования, организации и контроля учебной деятельности.

Самостоятельная работа осуществляется в следующих формах: подготовка к текущим контрольным мероприятиям (контрольные работы, подготовка к словарным диктантам и тестам, организация дискуссий по тематическим разделам курса, поиск материалов, подготовка докладов и электронных презентаций, выполнение лингвистических упражнений).

Примеры вариантов практических заданий для самостоятельной работы

В рамках самостоятельной работы по Теме 1 предусмотрено решение кейса: «Die Wahl des richtigen Bewerbers». При решении кейса обучающиеся демонстрируют навыки критического мышления, аргументации, принятия решения, групповой работы, выражение своих мыслей и аргументов на иностранном языке.

В рамках самостоятельной работы по Теме 2 проводится подготовка презентации по теме: «Handeln auf neuen Märkten». Презентация должна содержать описание работы частного предприятия на национальном рынке / за рубежом, специфики делового общения между представителями различных культур, слова и выражения, служащие для связи в предложении». В презентации проверяется способность поиска и отбора информации, навыки публичной речи, актуальность темы, соблюдение временного ограничения (не более 10 минут). Язык презентации – немецкий.

В рамках самостоятельной работы по Теме 3 предусмотрена дискуссия по теме: «Wie knüpft man Geschäftskontakte». Обучающиеся демонстрируют навыки критического мышления, аргументации, принятия решения, выражение своих мыслей и аргументов на иностранном языке.

В рамках самостоятельной работы по Теме 4 предусмотрена деловая игра по теме: «Über einen Firmenzusammenschluss verhandeln». При участии в игре обучающиеся демонстрируют навыки критического мышления, аргументации, принятия решения, групповой работы, выражение своих мыслей и аргументов на иностранном языке. Данный тип задания целесообразен для формирования деятельностно- и когнитивно-ориентированных компетенций.

В рамках самостоятельной работы по Теме 5 предусмотрено решение кейса: «Wertpapieriege». При решении кейса обучающиеся демонстрируют навыки критического мышления, аргументации, принятия решения, групповой работы, выражение своих мыслей и аргументов на иностранном языке.

В рамках самостоятельной работы по Теме 6 предусмотрена дискуссия по теме: «Wirkungsvolles Risikomanagement». Обучающиеся демонстрируют навыки критического мышления, аргументации, принятия решения, выражение своих мыслей и аргументов на иностранном языке.

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) основная литература:

- Шубина А.Л. Немецкий язык: пособие для индивидуальной работы студентов экономических специальностей. – М.: КноРус, 2013. – 173 с.
- Braunert J. Unternehmen Deutsch Aufbaukurs Lehrbuch (B1/B2) / Jörg Braunert, Wolfram Schlenker. – Stuttgart: Ernst Klett Sprachen, 2015. – 215 S.
- Eismann V. Wirtschafts-Kommunikation Deutsch / hrsg. Vom Goethe-Institut und Deutschen Industrie- und Handelskammertag. – München: Klett-Langenscheidt, 2013. – 223 S.

б) дополнительная литература:

- Крылова Н.И. Деловой немецкий язык. Коммерция. – М.: НВИ-ТЕЗАУРУС, 2002. – 154 с.
- Мелихова Н.В. Пособие по экономическому переводу Ч. 1.: Учебная литература / Н.В. Мелихова; Моск. гос. ин-т международ. отношений (университет) МИД РФ. – М.: НВИ-ТЕЗАУРУС, 2000. – 151 с.

в) ресурсы сети Интернет:

- Вдовичев, А.В. Перевод экономических текстов. [Электронный ресурс] / А.В. Вдовичев, Н.П. Науменко. — Электрон. дан. — М.: ФЛИНТА, 2012. — 228 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/12963> — Загл. с экрана.
- Голубев А.П. Немецкий язык для экономических специальностей (СПО). [Электронный ресурс] / А.П. Голубев, Н.Г. Савельева, И.Б. Смирнова. — Электрон. дан. — М.: КноРус, 2014. — 336 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/53653> — Загл. с экрана.
- Точилина Ю.Н. Экономический немецкий. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — Кемерово: КемГУ, 2012. — 102 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/44396> — Загл. с экрана.

13. Перечень информационных технологий

- а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:
- Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office OneNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);
 - публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).
- б) информационные справочные системы:
- Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>
 - Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
 - ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>
 - ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>
 - Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>
 - ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>
 - ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>
- в) профессиональные базы данных (*при наличии*):
- Университетская информационная система РОССИЯ – <https://uisrussia.msu.ru/>
 - Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС) – <https://www.fedstat.ru/>

14. Материально-техническое обеспечение

Помещения, оснащенные теле-аудиоаппаратурой в стандартной комплектации для практических занятий и самостоятельной работы, компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

Аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в смешенном формате («Актру»).

15. Информация о разработчиках

Фамилия Имя Отчество, ученая степень, ученое звание, место работы, должность