

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Механико-математический факультет

УТВЕРЖДЕНО:

Декан

Л. В. Гензе

Оценочные материалы по дисциплине

Деловой английский язык

по направлению подготовки

01.04.01 Математика

Направленность (профиль) подготовки:
Моделирование и цифровые двойники

Форма обучения

Очная

Квалификация

Магистр

Год приема

2025

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

Е.И. Гурина

Председатель УМК

Е.А. Тарасов

Томск – 2025

1. Компетенции и индикаторы их достижения, проверяемые данными оценочными материалами

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке, для академического и профессионального взаимодействия.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИУК 4.1 Обосновывает выбор актуальных коммуникативных технологий (информационные технологии, модерирование, медиация и др.) для обеспечения академического и профессионального взаимодействия.

ИУК 4.2 Применяет современные средства коммуникации для повышения эффективности академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке.

ИУК 4.3 Оценивает эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях.

2. Оценочные материалы текущего контроля и критерии оценивания

Элементы текущего контроля:

- самостоятельная работа студентов (выполнение устных и письменных заданий);
- устный фронтальный опрос на практических занятиях;
- тестирование теоретических и практических навыков обучающихся;
- выполнение контрольного задания по итогам изучения заявленных тем.

Самостоятельная работа студентов - выполнение устных и письменных заданий по темам, определенным в рамках дисциплины, освоение терминологии. Уровень самостоятельной работы обучающихся оценивается во время работы на занятиях при выполнении аналогичных заданий и корректном использовании активной лексики по дисциплине.

Устный фронтальный опрос на практических занятиях предполагает выявление степени усвоения изучаемого материала студентами, выявление трудностей в формировании необходимых навыков: говорения и письма, при необходимости, корректировка навыка чтения и восприятия на слух иноязычного текста. Оценка опроса – по пятибалльной системе по завершении тематического раздела.

Критерии оценивания устного фронтального опроса:

«отлично»

- студент демонстрирует высокий уровень владения изученной лексикой, правильно формулирует ответ на вопрос на иностранном языке;

«хорошо»

- студент демонстрирует хорошее владение изученной лексикой, понимает содержание вопроса, однако имеются незначительные ошибки в формулировке ответов;

«удовлетворительно»

- студент слабо владеет изученной лексикой, в ответе встречаются серьезные ошибки, как лингвистического, так и смыслового характера;

«неудовлетворительно»

- студент не владеет лексикой, не понимает содержание вопроса.

Тестирование теоретических и практических навыков обучающихся – выполнение заданий с ответами «множественного выбора» по материалам изученной лексики, основным понятиям, встречающимся в учебных текстах.

Критерии оценивания ответов на вопросы теста:

«отлично» - 90-100% правильных ответов от общего количества представленных вопросов;

«хорошо» - 75-89% правильных ответов от общего количества представленных вопросов;

«удовлетворительно» - 51-74% правильных ответов от общего количества представленных вопросов;

«неудовлетворительно» - менее 50% правильных ответов от общего количества представленных вопросов.

Выполнение контрольного задания по итогам изучения заявленных тем – решение представленных практических задач с применением сформированных навыков говорения/письма. Пример – решение следующего кейса:

Case study.

Strategic Planning at the Family Store

In 1894, John Jacobi opened a small dry-goods store in a small mountain town in a southeastern state. In addition, he travelled by wagon to larger communities in the state to sell his clothing and other dry goods. By 1916, Jacobi's Dry Goods Store had outgrown its small quarters, moved to a larger facility, and expanded its line to become what would be known today as a small department store. Since the store carried almost everything a typical family would need, John decided to change the name of the store to the Family Store. This he thought was a better description of what the store sold and, in addition, was better for promotional purposes. However, he still travelled the state (in a small truck by this time) to sell to other stores.

Despite the depression in the late 1930s, the Family Store and John Jacobi continued to thrive because of their good service, wide selection, and reasonable prices; business was so good that by 1936 there were seven stores located throughout the state. John had expanded the business to 12 stores before he passed away in 1952 at the age of 81 and management of the organization was turned over to the oldest son John, Jr. Because of the growing economy, the business continued to thrive during 1950s and into the 1960s, mainly because of its excellent reputation and little competition from national chains in the rural state.

In the mid-70s, however, business started to decline as some large shopping malls were built throughout the state and regional department store chains entered the state. This, coupled with the entrance of several discount chains (e.g., K-mart) into the state, caused sales to decline in many of the Family Stores located in large communities. John's response to these environmental changes was to open five Family Discount Stores in the more populated regions of the state. Thus, as the 70s came to a close, 12 Family Stores and 5 Family Discount Stores were operating in the state.

In 1988, as he reviewed the organization's performance for 1987, it became painfully evident that something needed to be done regarding the direction of the organization. With the exception of two, all Family Stores had slowly declining sales each year from 1983 to 1987; the other two had experienced declines during the last three years. The Family Discount Stores unfortunately had not done much better. None of the five had ever achieved the levels of sales and profits originally expected and two actually lost money during the last two years. On his desk, John had copy of a list of several social and economic trends that were expected to influence retail business in the next decade. These are shown in *Exhibit*.

The way John saw it, it was time to make some critical long-range decisions regarding the organization. For example: Should they concentrate on smaller communities where regional and national chains do not have outlets? Should they compete aggressively with the chains and, if so, on what basis? Should they seek for their organization a unique direction, distinct from any other? What kind of organization is the Family Store?

"Who says we have to be a retailer?" John thought as he left the office. "I can see it now: the Family Record Store, the Family Bookstore, and the Family Inn Motel. Who am I kidding? We are a chain of department stores. Maybe we have outworn our purpose and should just sell out to some national chain. Maybe I'm going crazy?"

Exhibit.

Trends Impacting Retailing Business

1. The nation's economy will continue to grow despite a slight recession at the end of the 80s.
2. The post-World War II baby boom generation will be into middle age.
3. Real wages will grow.
4. Family incomes will grow, and the number of employed wives will increase, especially among college-educated women.
5. As "cocooning" (spending more time at home) becomes a trend, the demand for home-oriented products and services will expand more rapidly than the demand for products and services consumed by individuals.
6. Women's earnings will represent a much higher proportion of total personal income.
7. Mature couples (over age 55) will control 75 percent of the nation's assets.

Key terms.

1. Mission - a long term vision of what an organization is trying to become.
2. Strategic management - develops the mission objectives and strategies of the entire organization; the top-level decision-makers in organization – стратегический менеджмент.
3. Span of control - the number of subordinates who report to a superior – норма управляемости.
4. Total quality control - an approach to quality in organizations that seeks to achieve continual quality improvements through involvement and commitment of all employees – управление качеством.
5. Just-in time Inventory Control (JIT) - a refined application of Material Requirements Planning that results in components becoming available at the precise moment in time when they are required – управление доставки запасов своевременно.
6. Departmentalization - the process of grouping jobs together on the basis of some common characteristics, such as product, client, location or function – подразделение на отделы.

Критерии оценивания:

Результаты выполнения контрольного задания определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

«отлично»

- студент демонстрирует высокий уровень владения изученной лексикой, может грамматически и лексически правильно выполнить задание;

«хорошо»

- студент демонстрирует хорошее владение изученной лексикой, полностью понимает содержание, может правильно выполнить задание, однако имеются незначительные ошибки;

«удовлетворительно»

- студент слабо владеет изученной лексикой, испытывает трудности в процессе выполнения задания, в ответе встречаются серьезные ошибки, как лингвистического, так и смыслового характера;

«неудовлетворительно»

- студент не владеет лексикой, не понимает содержание вопроса, не может выполнить задание.

3. Оценочные материалы итогового контроля (промежуточной аттестации) и критерии оценивания

Зачет с оценкой в первом семестре проводится в письменной и устной форме по билетам. Билет содержит 3 практических задания. Студенты допускаются к зачету по результатам текущего контроля, а также при условии успешного и своевременного выполнения заданий самостоятельной работы.

Задания для зачета с оценкой:

1. Дайте эквиваленты следующих терминов на русском/английском языке. Составьте предложения с данными словами.

Начальный этап итоговой проверки знаний студента, позволяющий сконцентрировать внимание на правильности использования терминологии по дисциплине, необходимости ее интеграции в текст ответов на следующие вопросы.

2. Прочитайте и кратко передайте его содержание на английском языке. Выполните задания к тексту.

Обучающийся демонстрирует понимание текста на иностранном языке, дает критическую оценку излагаемым фактам, интерпретирует их. Вопрос проверяет формирование ИУК 4.1 и ИУК 4.3.

3. Прокомментируйте ситуацию. Предложите решение.

На данный вопрос предполагается развернутый ответ. В процессе ответа студент использует изученную лексику и демонстрирует навыки, проверяемые ИУК 4.2.

Образец задания на зачет с оценкой:

1. Give Russian/ English equivalents. Make up sentences with the words: channels of distribution, compatible with, variables of the marketing mix, assets and liabilities, tangible and intangible assets, наличные деньги, поток товаров, продвижение товара на рынке, работодатель, предприятие торговая марка, стоимость и цена

2. Read and summarize the text. Do the tasks after the text.

Memoranda

Memoranda (or memos) are notes used for communications within a single company. They are not normally placed inside an envelope, but may be if the contents are private or confidential.

Memos need no inside address, but the name and department of the recipient should be given. In the same way, they need not be signed, but the sender's name and department should be added. Some companies also use memos for general information to be communicated to all staff, either pinned to a notice board or duplicated and delivered to each desk individually.

Because memos generally act as informal notes, they need not strictly be written in the style of formal letters, but the information should be laid out clearly.

If you are writing a memo to be pinned on a notice board, make sure that you give it a subject title that will draw the attention of passing staff. Memos are useless unless somebody reads them. Memos can be used for a variety of other purposes:

- to record the points covered or agreed at a meeting;
- to request that a person attends a meeting;
- to list the tasks being delegated to the addressee;
- to pass on any information.

Memos should always be filed for future reference.

MEMO

To: ALL STAFF Date: 15th November 2024

Sender: E. W Davies, Dept: Personnel Extn: 2456

CHRISTMAS PARTY CANCELLED

This year, there will be no office Christmas Party as in previous years. Instead, staff and their partners are invited to join the directors at Fishbourne Court Hotel on the evening of 21st December for dinner and dancing. Further details will be circulated next week. Those wishing to attend please leave their names with me before 30th November.

Task 1. Read this memo. Decide who 'HGW' is and what his or her job is.

From: HGW Date: 21 /4/99

MEMORANDUM

To: Department managers

Subject: -In service English classes

From Monday 8 May English classes will be held in the Training Centre (room 217). There will be two groups: intermediate level (8.50-10.00) and advanced level (10.50-15.00). Please encourage your staff to attend one of the sessions. All teaching materials will be provided but students will be expected to do homework and preparation outside working hours.

Please send me the names of all interested staff by noon on Wednesday 26 April. They will be given an informal oral test during the first week in May so that we can decide which of the classes is best for them.

The size of each class will be limited to 12 participants.

Task 2. Use the words listed below to complete the following memo.

forwarder, Double, samples, dispatch, specializes, requirements, assured, Quarter, instructions, quoted, confirmed, bulk, deadline, representative

MEMO

TO: Brian Sharp Date: 21st May 2022 Reference:

From: Nigel Parkinaon - for information only

Subject: Order for Berber carpets - B3434/H

I have examined the _____(1) received from Eastern Carpets and am convinced that they meet our _____(2), the prices _____(3) are also satisfactory and there is a good discount on _____(4) orders.

Mr. Hossan, the London _____ (5) of Eastern Carpets has assured me that his company can meet our 1st November _____ (6), and think has been _____ (7) in writing by his head office.

I have already given our packing _____ (8) to Mr. Hassan and he has _____ (9) that his company will use a freight _____ (10) who _____ (11) in the _____ (12) of goods to the United Kingdom.

According to our sales figures for the last _____ (13) the demand for this type of carpet increasing. Therefore, we may be able to _____ (14) our next order.

3. Comment on the situation. Offer the decision/Solve the problem.

This morning's meeting is supposed to be about next year's budget. However, you've had an idea about the distribution system that you'd prefer everyone to discuss. Decide what to do.

(Possible answers: I'll keep quiet and discuss the budget / I'll introduce the topic of the distribution system / I'll do something else (What?))

Критерии оценивания зачета с оценкой

В результате освоения дисциплины «Деловой английский язык» студенту выставляется следующая оценка:

«отлично»

- студент демонстрирует отличное владение изученной лексикой, полностью понимает содержание представленных материалов, может точно, грамматически и лексически правильно выполнить задание, ответы представлены на все вопросы билета;

«хорошо»

- студент демонстрирует хорошее владение изученной лексикой, полностью понимает содержание представленных текстов, может правильно выполнить задание, ответы даны

на все 3 вопроса билета, однако в ответах встречаются незначительные ошибки, неточности, упущения
«удовлетворительно»

- студент слабо владеет изученной лексикой, не полностью понимает содержание представленных материалов, испытывает определенные трудности в процессе выполнения задания, ответы даны только на 2 из 3 вопросов билета, в ответах встречаются значительные ошибки, как лингвистического, так и смыслового характера;

«неудовлетворительно»

- студент не владеет лексикой, не понимает содержание вопросов, не может выполнить задание, ответы даны только на 1 из 3 вопросов билета;

«не аттестован / не явился»

– студент не зашел/не явился на зачет/отказался отвечать на вопросы билета

4. Оценочные материалы для проверки остаточных знаний (сформированности компетенций)

Task 1. Fill in the blanks with the correct words (ИУК 4.1, 4.2).

In a planned economic system government ___ decide what and how much is to be produced ___ and ___ by whom, when and to whom. Producers generally have little ___ about what goods and services to produce. Their main task is to ___ their assigned production quotas. Prices are ___ by ___ government planners and tend to be very ___ not changing according to supply and demand. Consumers usually have some ___ of choice - it's impossible to control every single ___. But the ___ of goods and services may be quite limited.

Activities such as market research, ___ and advertising usually are neglected. Sometimes they aren't done at all.

Government planning may work ___ well as long as an economy is simple and the ___ of goods and services is small. It may even be necessary under certain conditions - during wartime for example. However, as economies become more ___, government planning becomes more ___.

It may even ___ down. Planners may be overwhelmed by too many complexes. And consumers may lose their ___ if the planners don't respond to their ___.

Labor in Poland illustrates this.

(fairly, strikes, variety, difficult, complex, distributed, planners, branding, decision, patience, choice, rigid, detail, needs, assortment, break, demand, meet, freedom, set)

Task 2. Translate into English (ИУК 4.2).

1. Маркетинг помогает быть уверенным в том, что нужный продукт сможет найти своего покупателя

2. Макро-маркетинг позволяет сочетать спрос и предложение и тем самым достичь цели общества.

3. Продавцы и покупатели могут обменивать товары и услуги на что-либо ценное.

4. Менеджеры определяют маркетинговую стратегию.

5. Маркетинговая стратегия позволяет определить целевой рынок, то есть покупателей; положение, которое вы хотите достичь и ассортимент товаров.

6. Товар, цена, распределение и продвижение товара на рынке является неотъемлемой частью маркетинга.

7. Маркетинг делает людей слишком материалистичными - он нацеливает их скорее на вещи, нежели на социальные нужды.

8. Макро-маркетинг имеет дело с потоком товаров и услуг, удовлетворяющих потребности потребителей.

9. Основная задача рынков и посредников сделать обмен легче, найти наиболее удобное время для производства и потребления.

10. Маркетинг должен начать с потребностей потенциального потребителя, а не с производственного процесса.

11. Маркетинг определяет, какие товары и услуги необходимо производить, принимает решение о дизайне и упаковке товара; транспортировке и хранении, рекламе и торговле и после продажи установке и гарантии.

Task 3. Questions for discussion (УК-4).

1. It is fairly easy to see why people do not beat a path to a mousetrap manufacturer's door, but would they be similarly indifferent if some food processor developed irrevolutionary new food product that would provide all necessary nutrients in small pills for about \$100 per year per a person?

2. Distinguish between how economic decisions are made in a planned economic system and how they are made in a market directed economy.

3. Identify a "central market" in your city and explain how it facilitates exchange.

Информация о разработчиках

Ечина Елена Григорьевна - старший преподаватель кафедры английского языка в сфере научной коммуникации ФИЯ НИ ТГУ