



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель ОП

Заведующий(ая) кафедрой
сервиса и туризма
(название кафедры)

_____ Кушнарeva И.Ю.
(подпись) (Ф.И.О. рук. ОП)
« 29 » « февраля » 2016 г.

_____ Топчий А.В.
(подпись) (Ф.И.О. зав. каф.)
« 29 » « февраля » 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Коммуникационные навыки в туризме и гостеприимстве

Направление подготовки 43.03.02 Туризм

Профиль: «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»

Форма подготовки очная /заочная

курс 2,3,4 семестр 2,3,4,5,6,7,8
лекции 0
практические занятия _____ час.
лабораторные работы 376/96 час.
в том числе с использованием МАО _____ час.
всего часов аудиторной нагрузки 648/648 час.
в том числе с использованием МАО 81/42 час.
самостоятельная работа 245/531 час.
в том числе на подготовку к экзамену 90/90 час.
контрольные работы (количество)
курсовая работа / курсовой проект _____ семестр
зачет 2,3,4,5,6,7 семестр
экзамен 8 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 14.12.2015 № 1463

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры сервиса и туризма,
протокол № 2 от « 29 » « февраля » 2016 г.

Заведующий(ая) кафедрой: канд.экон. наук, доцент Топчий А.В.

Составитель(ли): ст. преп-ль Макарецва Е.В., ст. преп-ль Соколова А.В., ст. преп-ль Фролова С.Н

Оборотная сторона титульного листа РПУД

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от « ____ » _____ 20 ____ г. № _____

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от « ____ » _____ 20 ____ г. № _____

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

ABSTRACT

Bachelor's degree in 43.03.02 Tourism

Course title: "Communication Skills for Tourism and Hospitality"

Basic part : 12 credits

Teachers and instructors: E.V. Makartseva , senior teacher, A.V. Sokolova, senior teacher, S.V. Frolova, senior teacher.

At the beginning of the course a student should be able to:

- communicate in English using professional tourism and hospitality vocabulary
- use correct structures typical of professional intercourse
- read and understand relevant authentic materials.
- understand and translate documents used in everyday activities
- relate the results of researches in writing
- understand professional English speakers by ear

Learning outcomes:

At the completion of the course the students are expected

- to possess Business English and communication skills competences that empower them to read and understand relevant documents the tourism companies and hotel staff encounter
- to understand English and American language users' speech
- to write relevant notes, explanations, letters, reports, academic research assignments and all sorts of hotel's documents
- to classify tour operating companies, hotels and hotel departments,
- to describe, identify and explain functions and responsibilities of the staff, systems and technologies of labour, methods and sources of acquiring income
- to work in a team and tolerantly accept social, ethnic, confessional and cultural differences.

Course description:

The content of the course “Communication Skills for Tourism and Hospitality” doesn’t envisage lecturing materials as far as the theoretical and informational part of it has been distributed through practical, laboratory and independent activities in such a way that the themes could be discussed during interactions in the classroom or via internet.

The main themes covered during classroom sessions are:

- Introduction to customer care. Customer care success. Businesses and jobs.

On line services. The most successful sites.

- Face to face with customers. Business meetings. Efficient presentations.

- Dealing with customers on the phone. Rules and practices of the customer care talks.

- Call center success.

- Delivering customer care through writing.

- Dealing with problems and complaints.

Main course literature:

1. Rosemary Richey English for Customer Care.- Oxford Express Series, 2011.

2. Miriam Jacob English for International Tourism: Students’book and Workbook.
– Longman, 2009.

3. Harding K. High Season English for the Hotel and Tourist Industry.
Workbook.- Oxford University Press,2009.

4. Harding K. High Season English for the Hotel and Tourist Industry .Course
Book - .Oxford University Press, 2009.

5. Understanding Tourism: Basic Glossary [Electronic recourse] – 6. Electronic text
data.

URL: <http://www.media.unwto.org/zh-hans/node/28110> Tourism Glossary [Electronic recourse] – Electronic text data. – URL: <http://www.gdrc.org/uem/eco-tour/t-glossary.htm/> Tourism: Basic Glossary [Electronic recourse] – Electronic Text data. – URL: <http://www.media.unwto.org/zh-hans/node/28110>

List of Additional Literature

7. Drozdova T. U. Publishing center Himera, English Grammar, 2007.
8. A Large Glossary of International Tourism Terms .Gerda Publishing House,
9. Vorobjova S.A. Your Way to Tourism M. Philomatis ,2008
10. Additional texts for the themes covered.
11. Murphy R. English Grammar in USA for intermediate students. – Cambridge University Press, 2008.
12. Garcia, C. [Impacts of Tourism Development on Water Demand and Beach Degradation on the Island of Mallorca \(Spain\)](#) / C. Garcia, J. Servera // Geografiska Annaler. Series A, Physical Geography. – 2003. – Vol. 85, № 3/4. Papers Presented: International Symposium on Land Degradation and Desertification. – P. 287-300.

Form of final control: exam

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Коммуникационные навыки в туризме и гостеприимстве на
английском языке»**

Учебный курс «Коммуникационные навыки в туризме и гостеприимстве на английском языке» предназначен для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

Дисциплина «Коммуникационные навыки в туризме и гостеприимстве на английском языке» включена в состав вариативной части как дисциплина по выбору студентов.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 12 зачетных единиц, 648/648 часов. Учебным планом по данной специальности предусмотрены лабораторные работы (376/96 часов, в том числе с использованием МАО – 81/42 часа), самостоятельная работа (245/531 часов, в том числе 90/90 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 2, 3, 4 курсе в 4, 5, 6, 7, 8 семестрах.

Дисциплина «Коммуникационные навыки в туризме и гостеприимстве на английском языке» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Иностранный язык (английский)», «Международный туризм», «Организация и технология туроператорской и турагентской деятельности» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Туроперейтинг», «Экологический туризм», «Сервисная деятельность».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов:

Успех работы с клиентами. Интернет услуги. Успешные сайты. Профессии клерка на приеме, туристического агента, курортного представителя, консьержа, менеджера отеля, шеф-повара, работников кухни, менеджера ресторана, официанта, бармена, швейцара, портье, метрдотеля, горничных, работников технических служб и др., включающих в себя коммуникативные навыки. Характеристики, присущие успешным интернет службам. Реклама профессий. Положительные и отрицательные примеры обслуживания клиентов. Опросы клиентов.

Встречи на деловых мероприятиях. Эффективные презентации.

Советы вебсайтов служащим, работающим с клиентами. Язык общения.

Язык жестов. Способы выражения просьбы помочь, подождать, прояснить ситуацию. Визит в компанию. Знакомство. Приветствия. Общий разговор.

Предложение услуг. Завершение общения. Персонал компании, служба приема и обслуживания, служба управления персоналом, информационная служба, средний персонал компании. Контакты с клиентами по телефону.

Правила разговора с клиентами. Успех работы центров связи с клиентами.

Цель дисциплины – изучение теоретического материала информационного характера об особенностях коммуникаций в сфере услуг и бизнеса, а также овладение специальной лексикой индустрии туризма и гостеприимства, речевыми навыками, необходимыми в работе специалиста сферы сервиса и туризма, а также применение полученных знаний на практике в речевых и других ситуациях при общении на английском языке.

Задачи:

- сформировать систематизированные знания об особенностях коммуникаций и нормах поведения специалистов сферы сервиса и туризма в различных ситуациях;
- научиться вести беседу в пределах тематики, связанной с туризмом и гостеприимством;
- овладеть способностью применять теоретические знания и навыки о способах коммуникации на практике;
- ознакомить студентов с межкультурными особенностями общения в различных ситуациях повседневного общения;
- сформировать основные умения устного и письменного общения в рамках изучаемых тем для решения различного вида коммуникативных задач.

Для успешного изучения дисциплины «Коммуникационные навыки в туризме и гостеприимстве на английском языке» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

– способность к коммуникации в устной и письменной форме на иностранном языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируется следующие профессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенций	
ОК-3 Способность к коммуникации (устной и письменной) на английском языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	Знает	Лексические единицы, фразы, речевые клише, правила, способы и методы организации процесса обслуживания туристов.
	Умеет	Использовать их в соответствующих учебных и профессиональных ситуациях.
	Владеет	Коммуникацией, в том числе и на иностранном (английском) языке .
ОК-4 Способность работать в коллективе команды, толерантно воспринимать этнические, социальные, конфессиональные и культурные различия.	Знает	Правила работы в коллективе и осознает необходимость толерантно воспринимать социальные и культурные различия, а также правила общения и обслуживания потребителей турпродукта
	Умеет	Подчиняться, руководить и регулировать конфликтные ситуации и выполнять ежедневные требования обслуживания потребителей услуг
	Владеет	Коммуникационными в том числе и англоязычными навыками

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Коммуникационные навыки в туризме и гостеприимстве на английском языке» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: Case Study, деловая игра (имитация ситуаций), проблемное обучение, учебные мини проекты.

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Теоретическая часть не предусмотрена в дисциплине «Коммуникативные навыки в туризме и гостеприимстве на английском языке»

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Основные темы лабораторных и практических занятий распределяются по семестрам следующим образом:

2 курс (3 семестр-36 часов)

Тема 1. Успех работы с клиентами. Интернет услуги. Успешные сайты. (6часов)

Информационный материал: Вступительная беседа о важности умения работать с клиентами. Профессии клерка на приеме, туристического агента, курортного представителя, консьержа, менеджера отеля, шеф-повара, работников кухни, менеджера ресторана, официанта, бармена, швейцара, портье, метрдотеля, горничных, работников технических служб и др., включающих в себя коммуникативные навыки. Характеристики, присущие успешным интернет службам. Реклама профессий .Положительные и отрицательные примеры обслуживания клиентов .Опросы клиентов.

Лексика: Название профессий в туризме и гостеприимстве, функциональные обязанности персонала, его приоритеты. Проблемы, возникающие при общении с клиентами. Способы их урегулирования. Характеристики успешных сайтов интернет- услуг. Примеры рекламных объявлений. Личные качества персонала.

Грамматика: Степени сравнения прилагательных. Модальные глаголы.

Чтение: Аутентичные тексты, описывающие общие черты ,присущи успешным сайтам итернет услуг и профессии в различных туристических компаниях. Отрывки из аутентичных источников, диалоги, реклама.

Аудирование: Звукозапись аутентичных диалогов, магнитофонные записи, wiki.

Устная речь: Подготовленная монологическая и диалогическая речь в детальных ответах на вопросы, рассказах об обязанностях и функциях персонала, о проблемах ,возникающих при общении с клиентами и способах их урегулирования, подготовленные личные комментарии.

Письмо: Краткие эссе о важности умения работать с клиентами. Профессии в туризме и гостеприимстве. Заявление о приеме на работу. Резюме.

Тема 2. Лицом к лицу с клиентом. Встречи на деловых мероприятиях. Эффективные презентации. (12 часов)

Информационный материал: Советы вебсайтов служащим, работающим с клиентами. Язык общения. Язык жестов. Способы выражения просьбы помочь, подождать, прояснить ситуацию. Визит в компанию. Знакомство. Приветствия. Общий разговор. Предложение услуг. Завершение общения. Персонал компании, служба приема и обслуживания, служба управления персоналом, информационная служба, средний персонал компании. Лексика: Приветствия, общий разговор, способы предложения услуг, конкретные предложения. Названия должностей в компании, на службе приема. Примеры предоставляемых услуг, должностей, функциональных обязанностей управляющих, работников приема гостей, неконтактных и технических служб, схема управления, описания удобств и услуг.

Грамматика: Краткий обзор системы времен.

Чтение: аутентичные тексты, выдержки из документации, формуляры, электронные источники, диалоги, объявления и реклама.

Устная речь: 1.Упражнения по развитию навыков подготовленной речи, подготовленные рассказы, описывающие различные гостиничные службы и функции персонала. 2.Подготовленные диалоги и ролевые игры.

Аудирование: Звуковые файлы, магнитофонные записи, компактные диски с аутентичными диалогами и монологами.

Письмо: Словарные диктанты, диктанты, эссе, описывающие службы компании.

Тема 3. Контакты с клиентами по телефону. Правила разговора с клиентами. (12 часов)

Информационный материал: Сравнительная характеристика правильных и неправильных способов ведения телефонных переговоров. Как быть вежливым, говоря по телефону. Как показать заинтересованность и уважению к клиенту. Примеры бесед по телефону. Как принять сообщение, ответить на вопрос, смягчить конфликт, завершить разговор вежливо, в положительном ключе.

Лексика: Выражения вежливого, ориентированного на клиента общения. Наречия, прилагательные, обозначающие уважительные свойства и способы общения с клиентами. Категории и типы мест, в которых обычно происходит коммуникация. Способы составления и выражения вопросов, просьб, предложений услуг, выражения согласия и несогласия, перенесения деловых мероприятий, отмена их, подтверждение предварительных договоренностей.

Грамматика: Числительные. Классификация числительных. Прилагательные. Наречия. Классификация.

Чтение: Аутентичные тексты, диалоги, документация, формуляры, реклама.

Устная речь: Упражнения, развивающие монологическую и диалогическую речь, рассказы, описания, диалоги, презентации.

Письмо: Диктанты, письма-запросы, ответы на запросы, сообщения по телефону.

Аудирование: Звуковые файлы, магнитофонные записи, компактные диски с аутентичными диалогами и монологами.

Тема 4. Успех работы центров связи с клиентами. (12 часов)

Информационный материал: Опросы клиентов. Обзор опросов клиентов различных отраслей в Великобритании. Соотношения в процентах удовлетворительных и неудовлетворительных отзывов. Способы улучшения отзывов о работе центров связи с клиентами. Способы улучшения впечатления клиентов. Примеры разговоров по телефону с работниками центров связи с клиентами. Примеры разговоров о конкретных заказах, сбоях в доставке, неправильном начислении взносов и тарифов. Консультационные службы.

Лексика: Прилагательные, описывающие места, качества, характер, услуги и удобства. Названия агентств, услуг, местоположений, организационных мероприятий. Наречия, описывающие степень выполнения требований.

Грамматика: Конструкции страдательного залога. Степени сравнения прилагательных.

Чтение: Аутентичные и не аутентичные тексты, диалоги, документация, формуляры, реклама и объявления.

Восприятие на слух: Компактные диски, магнитофонные записи, звуковые файлы аутентичных и не аутентичных монологов и диалогов.

Устная речь: Упражнения, развивающие монологическую и диалогическую речь, рассказы, описания, диалоги, презентации.

Письмо: Диктанты, сочинения описательного характера. Письма-запросы, ответы на запросы.

Структура и содержание практической части курса включает в себя тематику и содержание практических занятий, семинаров, лабораторных работ.

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Коммуникативные навыки в туризме и

гостеприимстве на английском языке» представлено в Приложении 1 и включает в себя:

план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;

характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;

требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;

критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства	
		текущий контроль	промежуточная аттестация
ОК-3	знает раздел 1,2	Самостоятельная работа Раздел 4,5	
ОК -4	Умеет задать вопросы, ответить на них		Презентация Раздел 6
	Владеет диалогом	Устный опрос	<i>Раздел 5,6</i>
ОК -3,4	Знает раздел 7. Умеет вести телефонный разговор Владеет навыком диалогической речи	Деловая игра Диалоги с клиентами Контрольная работа	<i>Контрольная работа Телефонные переговоры с клиентами</i>

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Rosemary Richey English for Customer Care.- Oxford Express Series, 2011.
2. Miriam Jacob English for International Tourism: Students'book and Workbook. – Longman, 2009.
3. Harding K. High Season English for the Hotel and Tourist Industry. Workbook.- Oxford University Press,2009.
- 4.Harding K. High Season English for the Hotel and Tourist Industry .Course Book - .Oxford University Press, 2009.
- 5.Understanding Tourism: Basic Glossary [Electronic recourse] – Electronic text data. – URL: <http://www.media.unwto.org/zh-hans/node/28110>
- 6.Tourism Glossary [Electronic recourse] – Electronic text data. – URL: <http://www.gdrc.org/uem/eco-tour/t-glossary.htm/> Tourism: Basic Glossary [Electronic recourse] – Electronic Text data. – URL: <http://www.media.unwto.org/zh-hans/node/28110>

Дополнительная литература

1. Дроздова Т.Ю. English Grammar. – Спб.: «Химера», 2007.
2. Словарь «Большой глоссарий терминов международного туризма». – «Герда», 2002.
3. Воробьева С. А. “You Way to Tourism”. – М.: «Филоматис», 2008.
4. Дополнительные тексты по изучаемым темам.
5. Murphy R. English Grammar in USA for intermediate students. – Cambridge University Press, 2008.

6. Garcia, C. [Impacts of Tourism Development on Water Demand and Beach Degradation on the Island of Mallorca \(Spain\)](#) / C. Garcia, J. Servera // Geografiska Annaler. Series A, Physical Geography. – 2003. – Vol. 85, № 3/4. Papers Presented: International Symposium on Land Degradation and Desertification. – P. 287-300.

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания для аудиторной работы.

1. Аудиторные практические занятия являются базой для изучения дисциплины «Коммуникативные навыки в туризме и гостеприимстве на английском языке» позволяют студентам решить практическую задачу по овладению навыками устного и письменного общения на английском языке в профессиональной сфере, обогатить свои знания в области индустрии туризма и осуществлять общение средствами английского языка, создавая устойчивые навыки владения языком в их профессиональной деятельности. Отбор языкового материала осуществлялся с учетом современных норм речи. Материал для изучения предлагается в порядке нарастающей сложности. Для изучения предлагаются английские, американские и русские методики, представленные в учебниках и учебно-методических пособиях, указанных в списке рекомендуемой литературы.

Основной целью изучения дисциплины « Коммуникативные навыки в туризме и гостеприимстве на английском языке» является формирование и овладение студентами общими лингвистическими и коммуникативными компетенциями в области профессионального английского языка, предполагающими способность и готовность говорящего осуществлять

общение средствами иностранного языка на основе освоенного языкового материала (грамматические структуры, лексические единицы, произносительные модели) в профессиональной деятельности. Основной акцент делается на развитие умения использовать на практике богатый профессиональный вокабуляр и контекстуализированные грамматические модели.

По результатам работы на практических занятиях, выполнению контрольных и домашних заданий студентам выставляется отметка, учитывающая: самостоятельность и логическую последовательность ответа, правильное употребление лексики и грамматических конструкций, правильное выполнение тестовых заданий, длительность и корректность монологического и диалогического высказывания, качество чтения и перевода текста.

Работа над аспектами проводится следующим образом:

1. Чтение предлагается в двух формах: аудиторного и домашнего. Для аудиторного чтения используются аутентичные, оригинальные тексты, объёмом не более 3 страниц, которые предназначены для ознакомительного чтения с последующим обсуждением. Понимание содержания контролируется с помощью упражнений к тексту. Для домашнего чтения рекомендуются более сложные тексты, тематически связанные с изучаемым материалом.
2. Аудирование обеспечивается аудиозаписью текстов и диалогов по учебникам английских и американских авторов, тематически связанных с содержанием занятия, а также интернет ресурсами.
3. Говорение включает монологическую и диалогическую речь. Монологическая речь основана на изученном текстовом материале, и предлагает студентам высказывать своё мнение по поводу той или иной проблемы, затронутой в тексте. По мере развития навыков говорения, студентам предлагается составить свои собственные высказывания на подобную тему с использованием пройденного лексико-грамматического материала. Диалогическая речь

тематически связана с изучаемым разделом учебного пособия. Студенты учатся работать в паре и небольших группах, используя изученный лексико-грамматический материал данной темы.

4. Грамматика вводится и закрепляется в серии упражнений для разрешения грамматических трудностей. Особенное внимание уделяется грамматическим структурам, которые студенты используют в говорении и письме.
5. Письмо помогает студентам развивать навыки письма, фокусируя их внимание на различных аспектах письменной деятельности, таких как спеллинг, квизы, написание сочинений, эссе, аннотаций, деловой корреспонденции, резюме и заявлений, где студент использует лексико-грамматический материал данной темы.

Для повышения эффективности владения деловым английским языком, курс обучения использует на начальном этапе неаутентичный материал, а с третьего - четвертого семестра аутентичный неадаптированный текстовой материал. В этой части курса особое внимание уделяется развитию коммуникативных возможностей студентов, направленных на освоение ими навыков устной речи и аудирования. Помимо общих фонетических, грамматических и лексических знаний, умений и коммуникативных навыков, студенты приобретают также знания о профессиональной деятельности в области туризма и гостеприимства.

Лекционные занятия по данной дисциплине учебным планом не предусмотрены.

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

*Аудитория с мультимедийным обеспечением,
персональные компьютеры,
аудио диски
CD плеер
магнитофонные записи
интернет ресурсы*

«В читальных залах Научной библиотеки ДВФУ предусмотрены рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья, оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованные портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувелечителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной системы»



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ
РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

**по дисциплине « Коммуникационные навыки в туризме и
гостеприимстве на английском языке**

Направление подготовки 43.03.02 Туризм

Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

Форма подготовки очная/заочная

План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1.	Сентябрь-октябрь	Подготовка реферата по теме 1	2 недели	Устная презентация
2.	Ноябрь	Самостоятельная работа по теме 2	1 неделя	Составление графика и диаграммы
3.	Декабрь	Написание рекламных объявлений	2 часа	Письменная работа
4.	Февраль	Подготовка реферата по теме 4	2 недели	Устная презентация
5.	Март	Самостоятельная работа по теме 5	2 часа	Письменная работа
6.	Апрель- май	Деловая переписка	2 часа	Письменная работа

Характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению. Требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы. Критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

КРИТЕРИИ ОЦЕНОК при определении уровня знаний

по дисциплине « Коммуникационные навыки в туризме и гостеприимстве»

Оценка *«отлично»* ставится в том случае, если:

- демонстрируется полное понимание и раскрывается содержание учебного материала в объеме программы;
- верно используется лексика и грамматические структуры;
- демонстрируется отличное владение навыками чтения и перевода;

- устные и письменные высказывания полно и логично раскрывают тему, не содержат орфографических, грамматических и лексических ошибок;
- демонстрируется адекватное понимание звучащего текста;
- демонстрируется умение быстро и правильно реагировать на реплики собеседника в диалогической речи;

Оценка *«отлично»* может быть выставлена и при незначительных «шероховатостях» при ответах, например, неточность перевода текста (в плане грамматики).

Оценка *«хорошо»* ставится в том случае, если:

- раскрывается основное содержание материала;
- ответ самостоятельный, но содержит незначительные ошибки в употреблении лексики и грамматических конструкций;
- допускаются незначительные нарушения в последовательности монологического высказывания;
- в письменном высказывании допускаются незначительные орфографические ошибки;

в диалогическом высказывании допускается замедленная реакция при сохранении правильности построения предложения и употребления лексики, допускаются небольшие грамматические ошибки;

- при аудировании допускается неполное понимание звучащего текста (80%).

Оценка *«удовлетворительно»* ставится в том случае, если:

- основное содержание учебного материала излагается фрагментарно, не всегда последовательно;
- ответ содержит значительные ошибки в употреблении лексики и грамматических конструкций;

существуют нарушения в последовательности монологического высказывания

- в письменном высказывании допускаются орфографические, грамматические и лексические ошибки;

в диалогическом высказывании допускается замедленная реакция и существуют ошибки в правильности построения предложения и употребления лексики;

- при аудировании допускается неполное понимание звучащего текста (65%).

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится в том случае, если:

- отсутствует знание основного содержания учебного материала;

- не даны четкие ответы на вопросы преподавателя; допущены грубые ошибки в употреблении лексики и грамматики;

допущены грубые ошибки в чтении и переводе;

- при аудировании выявляется непонимание звучащей речи.

Основными контрольно- измерительными материалами для данной дисциплины являются тесты, комплекты вопросов, практических и контрольных заданий.

Подготовка реферата . Реферат (от лат. *refereo* — докладываю, сообщаю) представляет собой краткое изложение проблемы практического или теоретического характера с формулировкой определенных выводов по рассматриваемой теме. Избранная студентом проблема изучается и анализируется на основе одного или нескольких источников. *Целями* написания реферата являются:

- развитие навыков краткого изложения материала с выделением лишь самых существенных моментов, необходимых для раскрытия сути проблемы;
- развитие навыков анализа изученного материала и формулирования собственных выводов по выбранному вопросу в письменной форме, научным, грамотным языком.

Задачами написания реферата являются:

- научить студента максимально верно передать мнения авторов, на основе работ которых студент пишет свой реферат;

- научить студента грамотно излагать свою позицию по анализируемой в реферате проблеме;
- подготовить студента к дальнейшему участию в научно – практических конференциях, семинарах и конкурсах;
- уяснить для себя и изложить причины своего согласия (несогласия) с мнением того или иного автора по данной проблеме.

Основные требования к содержанию реферата

Студент должен использовать только те материалы (научные статьи, монографии, пособия), которые имеют прямое отношение к избранной им теме. Не допускаются отстраненные рассуждения, не связанные с анализируемой проблемой. Содержание реферата должно быть конкретным, исследоваться должна только одна проблема (допускается несколько, только если они взаимосвязаны). Студенту необходимо строго придерживаться логики изложения (начать с определения и анализа понятий, перейти к постановке проблемы, проанализировать пути ее решения и сделать соответствующие выводы). Реферат должен заканчиваться выведением выводов по теме.

По своей *структуре* реферат состоит из:

1. Титульного листа;
2. Введения, где студент формулирует проблему, подлежащую анализу и исследованию;
3. Основного текста, в котором последовательно раскрывается избранная тема. В отличие от курсовой работы, основной текст реферата предполагает деление на 2-3 параграфа без выделения глав. При необходимости текст реферата может дополняться иллюстрациями, таблицами, графиками, но ими не следует "перегружать" текст;
4. Заключения, где студент формулирует выводы, сделанные на основе основного текста.

5. Списка использованной литературы. В данном списке называются как те источники, на которые ссылается студент при подготовке реферата, так и иные, которые были изучены им при подготовке реферата.

Объем реферата составляет 10-15 страниц машинописного текста, но в любом случае не должен превышать 15 страниц. Интервал – 1,5, размер шрифта – 14, поля: левое — 3см, правое — 1,5 см, верхнее и нижнее — 1,5см. Страницы должны быть пронумерованы. Абзацный отступ от начала строки равен 1,25 см.

Порядок сдачи реферата и его оценка

Реферат пишется студентами в течение триместра в сроки, устанавливаемые преподавателем по конкретной дисциплине, и сдается преподавателю, ведущему дисциплину.

По результатам проверки студенту выставляется определенное количество баллов, которое входит в общее количество баллов студента, набранных им в течение триместра. При оценке реферата учитываются соответствие содержания выбранной теме, четкость структуры работы, умение работать с научной литературой, умение ставить проблему и анализировать ее, умение логически мыслить, владение профессиональной терминологией, грамотность оформления.

Тематика рефератов

1. Customer care success. Customer care businesses and jobs.
2. Meeting Do's and Don'ts.
3. E- travel.
4. Customer-centered call centers

Методические рекомендации для подготовки презентаций

Общие требования к презентации:

- презентация не должна быть меньше 10 слайдов;

- первый лист – это титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: название проекта; фамилия, имя, отчество автора;
- следующим слайдом должно быть содержание, где представлены основные этапы (моменты) презентации; желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание;
- дизайн-эргономические требования: сочетаемость цветов, ограниченное количество объектов на слайде, цвет текста;
- последними слайдами презентации должны быть глоссарий и список литературы.

Тематика презентаций

1. At a Trade Fair. Quality in tourism.
2. Steps for winning customers in your presentations.
3. Complaint strategy and policy.
4. Explaining company policy.
5. The importance of the first impression.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШЭМ)

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине «Коммуникативные навыки в индустрии туризма и
гостеприимства на английском языке»
Направление подготовки 43.03.02 Туризм
Технология и организация туроператорских и турагентских услуг
Форма подготовки очная

По дисциплине предусмотрены следующие виды контрольно
оценочных мероприятий:

1. А) Глоссарий основных понятий по дисциплине;
2. Б) Экспресс – контрольные работы по текущему материалу;
3. В) Тестирование (промежуточное и итоговое);
4. Г) Зачет;
5. Д) Экзамен

Глоссарий основных понятий составляется обучающимися в процессе прохождения учебного материала как в аудитории так и самостоятельно с целью освоения и закрепления информации и главным образом умений и навыков, развиваемых в процессе работы. Перед определяемым преподавателем видом контроля и оценки студент предъявляет составленный им предварительно глоссарий по пройденным темам. Темы указаны в разделе выше.

Экспресс контрольные работы составляются преподавателем по требующим особого повторения и развития темам и подготовлены так, чтобы не занимать более двух академических часов.

Тестирование (приводится выборочно, для иллюстрации возможных вариантов)

Ответьте на вопросы подробно, в деталях:

1. What is the receptionist in charge of?
2. How must the receptionist help the guests?
3. How can the receptionist help the visitors who have come to see the hotel guests?
4. Where does the concierge work?
5. What kind of languages does the concierge usually speak? What does it depend on?
6. How must the concierge help guests?
7. Where may the hotel manager work?
8. What is the hotel manager for the hotel guests?
9. What is the hotel manager for the hotel staff?
10. What does the hotel manager have to do?
11. What is the head chef? What does he have to do?
12. Whom does the head chef manage?
13. What sort of specialist chefs may there be?
14. What does the restaurant manager do?

15. What is the restaurant manager in charge of?
16. What does the restaurant manager have to decide on?
17. What are other management positions in a restaurant?
18. What are the eight different types of places where people can eat and drink?
19. What kind of places are the very luxurious and the formal luxury restaurants?
20. What kind of places are the informal national restaurants?
21. What kind of places are the fast-food restaurants?
22. What kind of places are the bars?
23. What does the food and beverage department include?
24. What's a pantry?
25. Who are cooks and kitchen helpers responsible to?
26. What does a chef do?
27. Who is at the head of the catering department?
28. How do the catering department and the food and beverage department differ?
29. What does the caterer have to deal with?
30. What are conventions?
31. What is a banquet?
32. What kind of functions do restaurants arrange banquets for?
33. What are private functions?
34. What does the banquet manager do?
35. How are meals provided in inexpensive hotels?
36. What kind of guests are inexpensive hotels used by? What are the prices like?
37. Where are inexpensive hotels situated?
38. How is the moderate hotel also called?
39. What may be a disadvantage in resort and beach hotels?
40. What sorts of meals are offered in the moderate hotels?

41. Where are the moderate hotels located?
42. What kind of accommodation is offered to the guests in the expensive hotels?
43. What sorts of facilities are provided in the expensive hotel?
44. What kinds of services are offered in the expensive hotels?
45. What sorts of meals are provided in the expensive hotels?
46. How is the deluxe hotel also called?
47. What are bedrooms fitted with?
48. What kinds of meals are offered in the deluxe hotels?
49. Where are the deluxe hotels located?
50. What are the prices like?
51. How are the super deluxe hotels also called?
52. What kind of accommodation is offered in the super deluxe hotels?
53. What are the guestrooms fitted with?
54. How high is the proportion of employees to one guest or one guestroom? What does it mean?

Примерные тестовые задания.

Answer the questions:

82. What is it that the receptionist has to do?
 - a. The receptionist has to meet and greet guests.
 - b. The receptionist has to ensure that the check-in procedure is brief and convenient.

83. What must the receptionist do with a signed registration card?
 - a. He must send it to the cashier's office.
 - b. The receptionist must answer the phone.

84. How must the concierge help guests?
- She must give orientations in the city.
 - She must help guests mail letters and packages.
85. Where does the concierge work?
- The concierge works at a hotel's information desk.
 - The concierge works at a hotel's receptionist desk.
86. What are other names of the hotel manager?
- The hotel manager may have the name of the general manager or the managing director.
 - The hotel manager doesn't have any other names.
87. What does the hotel manager have to do?
- He has to check up how different hotel departments carry out their functions.
 - He has to deal with the hotel guests and handle their problems.
88. Where does the chef work?
- The chef works in a restaurant or in the food and beverage department of a hotel.
 - The chef works at a hotel's check-in desk.
89. May there be different chefs in a restaurant?
- Yes, there may
 - No, they must not
90. What does the restaurant manager do?

- a. He may run a restaurant but he own it.
- b. He may run a restaurant and he may own it too.

91. Does the restaurant manager have to decide on purchases and sales?

- a. Of course he does.
- b. He has to decide on purchases and sales among other thing....

121. What is the other name for the front desk?

- a. It is the reception desk.
- b. There is no other name.

122. What are the front office clerks busy doing?

- a. They help hotel guests to check-in, to arrange a booking, to deliver messages etc.
- b. The front office clerks are busy checking the hotel guests in.

123. Who provides booking of the hotel rooms?

- a. The reservation department does.
- b. The booking clerk helps the guests to arrange a booking.

124. Who can help the hotel guests with the accounts?

- a. The front desk cashier can do it.
- b. The porter can do it.

125. Who may run errands for the hotel guests?

- a. The bellboy might do it.
- b. The manager does it.

126. Where is the bell captain's post?

- a. It's next to the front desk.
- b. It's in the upper floor of the hotel.

127. What are the bell captain's functions?

- a. He runs errands for the hotel guests.
- b. He directs bellmen.

128. What does the bellman do?

a. He escorts the guests to their rooms, shows where the light switches are, explains how to use room appliances.

b. He carries the guests luggage, runs errands, pages the guests and escorts them to their rooms.

129. What department is in charge of cleaning rooms in a hotel?

- a. Chambermaid are.
- b. The Housekeeping department is.

130. What does the housekeeper tell the maids to do?

a. The housekeeper only checks the room appliances.

b. The housekeeper tells the maids to general clean the rooms to scrub down the bathrooms, to prepare the rooms before the guests check in etc.

131. What supplies do chambermaids usually carry on carts?

- a. They use carts to carry soap, tissues, bed and bath linens.
- b. They use carts to carry rubbish.

132. Who informs the front desk if everything in the room is in order after the guests check out?

- a. The bell captain does.
- b. The Housekeeper does.

133. How many types of places where people can eat and drink can you think of?

Translate and answer:

138. Do your hotel guests expect the housekeeping department to general clean the rooms?

- a. Yes, they do.
- b. Yes, they do as well as many other things.

139. What department do the guests expect to provide extra bedding?

- a. They expect the housekeeping department to do it.
- b. They expect the security department to do it.

140. Can the guests keep their valuables in a safe-deposit box?

- a. Yes, they do.
- b. Yes, they can.

141. What hotel department employees are prepared to protect the guests from any crime?

- a. The front desk employees are prepared to do it.
- b. The security department employees are prepared to do it.

142. What is the house phone?

- a. It is a phone call from the guest's house.

b. It the System of phones throughout the hotel.

143. Who usually handles in-coming and out-going calls in a hotel?

a. The telephone department does.

b. The operator does.

144. Can guests dial direct if they want to make a long-distance call?

a. No, they can't.

b. Yes, they can.

145. Who can the guest expect to page him?

a. He can expect the bellman to page him.

b. He can expect the bell service to page him.

146. Do guests usually expect the concierge to send telegrams?

a. Yes, they do.

b. No, they don't.

147. What department is expected to help the guests in case of fire or other emergencies?

a. The security department is.

b. The telephone department is.

148. Who prepares the rooms before the guests check-in?

a. A chambermaid does.

b. A concierge does.

149. Who tells the chambermaids to make up the rooms?
- a. The hotel manager does.
 - b. The housekeeper does.
150. What department provides hair-dryers and irons if the guests need them?
- a. The front desk does.
 - b. The housekeeping department does.
151. Who is at the head of the housekeeping service?
- a. The bell captain is.
 - b. The housekeeper is.
152. Who is at the head of the bell service?
- a. The bell captain is.
 - b. The housekeeper is.
153. What employee would guests like to run errands for them?
- a. They would like the bellman to run errands for them.
 - b. They would like the chef to run errands for them.
154. Do bellmen or porters use carts to move the luggage?
- a. No, they don't.
 - b. Yes, they do.

Вопросы к зачёту 3 семестр

1. Customer care success.
2. Skills and qualities for good customer care.
3. Face to face with customers.
4. At a trade fair.
5. Dealing with customers on the phone.
6. General telephoning rules.
7. Call centres.
8. Hotline and troubleshooting.
9. Effective letters and emails.
10. Formal and informal writing styles.
11. How to write a CV.

Грамматика:

1. Сложные существительные.
2. Атрибутивные словосочетания.
3. Настоящее простое и продолженное время.
4. Прошедшее простое и настоящее завершённое время.
5. Определённый артикль.
6. Семестровая лексико-грамматическая контрольная работа – 2 часа.

Вопросы к зачету 4 семестр

1. Call center success.
2. Taking an order.
3. Customer care call centers.
4. Clarifying and explaining.

5. Salutations and closes.
6. Standard phrases for handling customers.
7. The importance of small talk.
8. Basic socializing language.
9. The five Cs of customer care writing.
10. Delivering customer care through writing.
11. The work of travel agents .
12. The work of travel operators.

Грамматика:

1. Построение вопросов. Разделительные вопросы. Косвенные вопросы.
2. Пассивный залог.
3. Выражение будущих действий (Future Simple, Present Continions, Present Simple, to be going to ...).
4. Косвенная речь. Согласование времён. Глаголы сообщения.
5. Фразовые глаголы.
6. Инфинитив или герундий.
7. Типы прилагательных, порядок их расположения в предложении.
8. Союзы.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

по дисциплине « Коммуникативные навыки в индустрии туризма и
гостеприимства на английском языке»

Направление подготовки 43.03.02 Туризм

Профиль «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»

Форма подготовки очная/заочная

Аудиторные практические занятия являются базой для изучения дисциплины «Коммуникативные навыки в туризме и гостеприимстве на английском языке» и позволяют студентам решить практическую задачу по овладению навыками устного и письменного общения на английском языке в профессиональной сфере, обогатить свои знания в области индустрии туризма и осуществлять общение средствами английского языка, создавая устойчивые навыки владения языком в их профессиональной деятельности. Отбор языкового материала осуществлялся с учетом современных норм речи. Материал для изучения предлагается в порядке нарастающей сложности. Для изучения предлагаются английские, американские и русские методики, представленные в учебниках и учебно-методических пособиях, указанных в списке рекомендуемой литературы.

Основной целью изучения дисциплины « Коммуникативные навыки в туризме и гостеприимстве на английском языке» является формирование и овладение студентами общими лингвистическими и коммуникативными компетенциями в области профессионального английского языка, предполагающими способность и готовность говорящего осуществлять общение средствами иностранного языка на основе освоенного языкового материала (грамматические структуры, лексические единицы, произносительные модели) в профессиональной деятельности. Основной акцент делается на развитие умения использовать на практике богатый профессиональный вокабуляр и контекстуализированные грамматические модели.

По результатам работы на практических занятиях, выполнению контрольных и домашних заданий студентам выставляется отметка, учитывающая: самостоятельность и логическую последовательность ответа, правильное употребление лексики и грамматических конструкций, правильное выполнение тестовых заданий, длительность и корректность монологического и диалогического высказывания, качество чтения и перевода текста.

Работа над аспектами проводится следующим образом:

1. Чтение предлагается в двух формах: аудиторного и домашнего. Для аудиторного чтения используются аутентичные, оригинальные тексты, объемом не более 3 страниц, которые предназначены для ознакомительного чтения с последующим обсуждением. Понимание содержания контролируется с помощью упражнений к тексту. Для домашнего чтения рекомендуются более сложные тексты, тематически связанные с изучаемым материалом.

2. Аудирование обеспечивается аудиозаписью текстов и диалогов по учебникам английских и американских авторов, тематически связанных с содержанием занятия, а также интернет ресурсами.

3. Говорение включает монологическую и диалогическую речь. Монологическая речь основана на изученном текстовом материале, и предлагает студентам высказывать своё мнение по поводу той или иной проблемы, затронутой в тексте. По мере развития навыков говорения, студентам предлагается составить свои собственные высказывания на подобную тему с использованием пройденного лексико-грамматического материала. Диалогическая речь тематически связана с изучаемым разделом учебного пособия. Студенты учатся работать в паре и небольших группах, используя изученный лексико-грамматический материал данной темы.

4. Грамматика вводится и закрепляется в серии упражнений для разрешения грамматических трудностей. Особенное внимание уделяется грамматическим структурам, которые студенты используют в говорении и письме.

5. Письмо помогает студентам развивать навыки письма, фокусируя их внимание на различных аспектах письменной деятельности, таких как спеллинг, квизы, написание сочинений, эссе, аннотаций, деловой корреспонденции, резюме и заявлений, где студент использует лексико-грамматический материал данной темы.

Для повышения эффективности владения деловым английским языком, курс обучения использует на начальном этапе неаутентичный

материал, а с третьего - четвертого семестра аутентичный неадаптированный текстовой материал с интенсивным интегрированием в образовательный процесс методов активного обучения – МАО. В этой части курса особое внимание уделяется развитию коммуникативных возможностей студентов, направленных на освоение ими навыков устной речи и восприятия на слух. Помимо общих фонетических, грамматических и лексических знаний, умений и коммуникативных навыков, студенты приобретают также знания о профессиональной деятельности в области туризма и гостеприимства.

Лекционные занятия по данной дисциплине учебным планом не предусмотрены.

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF RUSSIAN FEDERATION
Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Professional Education
«**FAR EASTERN FEDERAL UNIVERSITY**»
(FEFU)

ECONOMY AND MANAGEMENT SCHOOL

SYLLABUS MATERIALS

in «Communication Skills for Tourism and Hospitality Industry»

43.03.02 Tourism

Technology and Organization of Touroperators' and Travel Agents' Services

Full time mode of studies

Course 2,3,4 term 2,3,4,5,6,7,8

Lectures 0 hrs

Practical classroom activities hrs

Laaboratory activities 648 hrs

Including activities using MAO lectures /practical /lab .36/ 36 hrs

The total number of classroom activities 376 hrs

Including those using MAO 72 hrs

Independent students' work 36,36,36,36,36,13 hrs.

Including activities for exam reading 27 hrs

Controlling tests (the number)

Credit 2,3,4,5,6,7 term

Exam 8 term

ANNOTATION

«Communication Skills for Tourism and Hospitality Industry» course provides a core syllabus of 6 terms for the second and third year students of FEFU Economy and Business School whose professional interests lie within “Tourism and Hospitality” industry.

This course is aimed at

1. acquiring general, communicative and professional competence
2. mastering specific theoretical knowledge of informational character, acquiring and consolidating special vocabulary of tourism and customer care industry
3. developing communicative and professional knowledge and skills.

The focus is made on practical ability of students to use ESP (English for specific purposes) in professional intercourse, when speaking, reading and listening to authentic materials and writing business letters. A successful completion of this course will enable students to get information on tourism and customer care from authentic sources, to read, understand authentic speakers, express their own ideas both in speech and writing.

«Communication Skills for Tourism and Hospitality Industry» course meets the requirements of the State Higher Professional Education Standards. It is designed to be covered during 4 terms of the second and third year studies. The subject of the course is cross cultural communications rules and tendencies in tourism and hospitality business.

The purpose of it is acquiring general professional and communicative competence and developing professional communication skills.

The course tasks are to enable students to :

1. communicate in English using professional tourism and hospitality vocabulary

2. use correct structures typical of professional intercourse
3. read and understand relevant authentic materials.
4. understand and compile documents used in everyday activities
5. understand professional English speakers by ear .

On completion of this course the students will acquire the knowledge of professional content of the course, the professional vocabulary of tourism and hospitality business intercourse in the scope of 2500-3000 units, knowledge of grammar rules, basic principles of arranging business sessions, tours, social and other events, presentations etc. and such practical skills and habits as: reading authentic texts, listening to and talking with English speakers , using special dictionaries and manuals, possessing writing habits allowing to understand and compile business letters and other documents in the sphere of tourism and hospitality.

Specific Competences. Bachelors of Arts in Hospitality Management are expected to possess Business English competences that empower them to read and understand relevant documents the hotel staff encounter, to understand English and American language users` speech, to write relevant notes, explanations, letters and all sorts of hotel`s documents, to describe, identify and explain functions and responsibilities of the staff, systems and technologies of labour, methods and sources of acquiring income, classify hotels and hotel departments in their English language utterances.

The Code and Competence formulae		
OK-5 Capability of communication in oral and written form in the English Language to solve problems of inter – personal and cross cultural communication	Knows	Lexical units, phrases, speech patterns
	Is capable of	Using them in appropriate situations
	Possesses	Communication abilities in English

The methods of learning are communicative.

Forms of activities are mainly classroom based, tutorials and independent students` work are also envisaged with no lectures whatsoever.

Technical means such as CDs, sound files, tape recordings, video courses and films are provided as well.

To develop and consolidate the above competances withih the framework of the discipline “Business English for Tourism and Hospitality Industry” such interactive methods of teaching as business roleplay,simulating professional situations, priblem solving activities, Case Studies etc. are regularly used.

I. THE STRUCTURE AND CONTENTS OF THE THEORETICAL PART OF THE DISCIPLINE

Theoretical part has not been envisaged for the discipline” Business English For Tourism and Hospitality Industry”.

II. THE STRUCTURE AND THE CONTENTS OF THE COURSE PRACTICAL PART

Materials for classroom based activities have been arranged in accordance with the Syllabus themes list.

The main themes of practical classroom activities have been distributed in the year terms as follows:

Theme 1. Introduction to customer care. Customer care success. Businesses and jobs. On line services. The most successful sites. (12 hrs)

Informational material: Introductory conversation about the importance of possessing customer care skills. Jobs of the sales staff, retail managers, banking clerks and tellers, manufacturing or service sector employees, hotels and restaurants staff, order entry clerks, receptionists and shop assistants. Features of the most successful on line services. Advertisements. Positive and negative examples of customer care. Customer care service surveys.

Vocabulary used : Names of the jobs involved, duties and functions of the personnel, priorities and problems. Internet services. Examples of the most successful sites and their services. Examples of advertisements. Personal characteristics of the staff.

Writing: Business letters, short essays about the importance of the customer care. Applications for a job. Resume.

Theme 2. Face to face with customers. Business meetings. Efficient presentations. (12 hrs)

Informational material: Pieces of advice from the websites for the customer care clerks. Language of communication. Body language. Ways to express a request to help, wait, clarify the situation. A company visit. Meeting business partners for the first time. Greetings, small talk, offers to assist in services, completing the visit. The company staff, reception, servicing and managing the staff, information services, the middle level personnel of the company.

Vocabulary: Customer care personnel service, information service, names of the company jobs, examples of the services delivered, functional duties of the

managing staff, front of the house and back of the house, the system of managing the staff, description of the facilities and services.

Writing: Spelling tests, compositions, essays, letters applying for a job.

Theme 3. Dealing with customers on the phone. Rules and practices of the customer care talks. (12hrs)

Informational material: General telephoning rules. The customer care phone call. What the customer really hears. Being courteous on the phone. Making sure you understand. Making arrangements. Basic socializing language. Comparative characteristics of the right and wrong telephone calls. Ways to show one's interest in the customer. Examples of the phone calls. Ways to receive a message, to calm down the conflict, to complete the talk in a courteous manner in a positive register.

Vocabulary: Phraseology of polite customer care communication. Names of the jobs involved, duties and functions of the personnel, priorities and problems. Internet services. Examples of the most successful sites and their services. Examples of advertisements. Personal characteristics of the staff. Nouns, verbs, adjectives expressing respectful qualities and ways of communication. Categories and types of places where communications occur. Ways to make up questions, +requests, offering services, expressing agreements and disagreements, making appointments, cancelling them, confirmation of the planned appointments.

Writing: Spelling tests, compositions, essays, letters applying for a job. Business letters, short essays about the importance of the customer care. Applications for a job. Resume.

Theme 4. Call center success. (12 hrs)

Informational material: Customer surveys. Review of customer surveys in different industries of Great Britain. Percentage ratios of satisfactory and unsatisfactory feedbacks. Ways and methods to improve the feedback about customer care call centers performance. Ways to improve the customers' impression. Examples of phone calls of customer care call centers with their clients. Examples of phone calls on particular orders, misdeliveries, erroneous charge of payments and taxes. Advice services.

Vocabulary: Taking an order. Hotline and troubleshooting. Customer-centered call centers. The first impression. Clarifying and explaining. Checking comprehension. Adjectives describing places, qualities, nature of the service and the facility. Names of the agencies, services, locations, organizational events. Adverbs describing the degree of the requirements performed.

Writing: Letters of enquiry, compositions of the descriptive character, enquiry replies.

Theme5. Delivering customer care through writing.(12 hrs)

Informational material: Effective letters and emails. Formal and informal writing styles. The five Cs of customer care writing (five major rules for customer care writing). A case study.

Vocabulary: Salutations and closes. Standard phrases for handling customers (connecting with the reader, taking action, etc.). Enclosures and attachments.

Writing: Letters of enquiry, compositions of the descriptive character, enquiry replies. Spelling tests, compositions, essays, letters applying for a job. Business letters, short essays about the importance of the customer care. Applications for a job. Resume. Business letters, short essays about the importance of the customer care. Applications for a job. Resume.

Theme 6.Dealing with problems and complaints. (12 hrs)

Informational material: Complaint strategies and policies. The letter of apology. Explaining company policy. Some opinions about complaints and apologies. Problem-solving situations in a hotel. The way hotel receptionist deals with the problems.Effective answers to the customers' complaints. Problem-solving charts. A typical letter of apology. Ways to respond to a complaint. Comments of the professional tourism and hotel business workers about customers' complaints and apologies.

Vocabulary: Things customers usually complain about. Things annoying the customer most. An action checklist for a meeting. Phrases used to soften bad news and to acknowledge the problem without saying who exactly made a mistake.

Writing: Emails for the staff. Customer friendly statements for positive and negative customer centered situations. An effective letter of respond to a customer's complaint. Letters of apology. Replies explaining the company policy .

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF RUSSIAN FEDERATION
Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Professional Education
«FAR EASTERN FEDERAL UNIVERSITY»
(FEFU)

ECONOMY AND MANAGEMENT SCHOOL

SYLLABUS MATERIALS

in «Communication Skills for Tourism and Hospitality Industry»

43.03.02 Tourism

Technology and Organization of Touroperators' and Travel Agents' Services

Full time mode of studies

III.Methodical Provisions and Recommendations for Students' Independent Activities

in «Communication Skills for Tourism and Hospitality Industry»

43.03.02 Tourism

Technology and Organization of Touroperators' and Travel Agents' Services

Full time mode of studies

It is a well known fact that no course can be a success unless students do their best when working on their own. Materials for students` independent work offered in the syllabus guide might help them a lot. For example, as enclosed in the following graph students can be offered to participate in the following samples of learning activities:

Enclosure 1.

The Outline Graph for doing Independent assignments of the discipline

№	Dates and Time of performance	Kinds of Independent work	Approximate time Norms for Performance	Forms of Control
1.	September – October	Preparation of the Essay. Theme1. Independent Work Theme 2.	2 weeks	Oral Presentation
2.	November		1 week	
3.	December	Sustainable Tourism. Ecotourism in practice. Preparing the Essay on Theme 4.	2 hrs	Drawing Graphs and Diagrams
4.	February		2 weeks	Written Test
5.	March	Independent Work Theme 5	2 hrs	Oral Presentation
6.	April – May		2 hrs	Written Test
		Business Correspondence		Written Tests and Assignments

Independent Students' Work might include the following kinds of learning activities :

1. Preparation for classroom activities
2. Preparation for Written assignments
3. Writing Tests and essays
4. Reading additional literature
5. Preparations of presentations
6. Writing Course assignments.

Inhere enclosed is the plan-graph for students' independent work

№	Content of the independent activities	Times and dates
----------	--	------------------------

<p>Entitle texts 1,2,3,4,5 of the unit devoted to Jobs in Tourism</p> <p>Write annotations to texts 1,2,3,4,5</p> <p>To prepare the report about one of the covered jobs in ex.4 of the unit</p> <p>Do ex. 5 on p. 70 (EFTH)</p> <p>Write a composition about jobs in tourism. Do exercises 9,10 on page 75,76 (EFTH)</p> <p>Prepare presentation on themes indicated in units 5 and 6 about the functions of managers , conference coordinators, business consultants on business missions.</p> <p>Write a reply to a complaint about unsatisfactory services</p> <p>Write a reply to a complaint about unsatisfactory services</p> <p>Do exercise 8 on page 86 of unit 3</p> <p>Do exercise 1 of the unit « Managing tour operations»</p> <p>Answer the questions of the fourth unit of the section « Hotel Management»</p> <p>Write a composition about functions, skills and abilities of tourism managers.</p> <p>Model content of students' additional independent activities.</p> <p>Michael L. Kasavana, Richard M Brooks. Managing Front Office Operations. Educational Institute of the American Hotel and Lodging Association. 2001 Part 1 Chapter 3. Unit1. Chapter 3. Front office operations. Pages 91-104. Read the material, answer the questions at the end of the unit. Prepare the report.</p> <p>Margaret M. Kappa, Aleta Nitschke, Patricia B. Schappert. Housekeeping Management. Educational Institute of the American Hotel and Lodging Association. 1997. Part 1. Chapter «The Role of Housekeeping in Hospitality Operations».</p> <p>Types of Hotels. Read the information, answer</p>	<p>The first week</p> <p>The second and third weeks</p> <p>4-6th week</p> <p>The 7th week</p> <p>8th week 9 неделя</p> <p>10,11,12th weeks</p> <p>13th week</p> <p>14th week</p> <p>15th week</p> <p>15th week</p> <p>16th week</p> <p>17th week</p>
---	--

	<p>the questions at the end of the unit. Prepare the report</p> <p>Amanda Stronza. Forging new ground for ecotourism and other alternatives. The article in Annual Reviews. Read and answer the questions.</p> <p>Celso Garsia. Impacts of tourism development on water demand and beach degradation on the island of Mallorca. Read the material and answer the questions. Prepare a report.</p>	
--	---	--

Model assignments to the articles for additional reading:

1. Read the article and outline its main parts.
2. Point out the outstanding factors the authors have investigated.
3. Write down all the problems the authors have tried to look into.
4. Be aware of the conclusion the authors have come to.
5. Express your own approach to the issues touched upon or studied.

It is a well known fact that no course can be a success unless students do their best when working on their own. Materials for students' independent work offered in the syllabus guide might help them a lot. For example students can be offered to participate in the following samples of learning activities:

Doing the tasks in writing

Reading supplementary materials in English

Preparing for and speaking at presentations

Learning for written tests

Getting ready for credit tests and exams

Answering questions

Reproducing dialogues

Learning conversational formulae

Reading the materials and entitling them

Writing dictations, essays, compositions

Writing pieces from business correspondence

Composing and dramatizing dialogues and monologues

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF RUSSIAN FEDERATION

Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Professional Education

«FAR EASTERN FEDERAL UNIVERSITY»

ECONOMY AND MANAGEMENT SCHOOL
SYLLABUS MATERIALS

in «Communication Skills for Tourism and Hospitality Industry»

43.03.02 Tourism

Technology and Organization of Touroperators' and Travel Agents' Services

Full time mode of studies

IV. Controlling the way the purpose of the course is achieved

Parts, units or themes to be controlled as well as forms of the current and intermediate attestation have been indicated in the following graph of controlling activities.

Controlling activities Graph

No	Approximate Date in a plan	Approximate Date of holding	Parts, units or themes to be controlled	Form of control	Percent of relevance	Maximum rating	Minimum rating of the intermediate attestation
Main Controlling Activities							
1.	October, 6	October, 6	Independent work structure of accomodation market.	The Oral presentation	25%	30	18
2.	November, 5	November, 5	Test on the theme Managing a hotel's Teamwork and reputation	Test on the theme Hotel's	25%	40	24
3.	December, 6	December, 6	Independent work on the theme Front office manager.	A Case Study	25%	40	24

January,13	Test on the theme Human Resources of Human Resources. Selecting new staff.	Written Test	25%	40	24
	Credit		0%	5	3

The Code and Competence formulae		
GC-3 Capability of communication in oral and written form in the English Language to solve problems of inter – personal and cross cultural communication	Knows	Lexical units, phrases, speech patterns
	Is capable of	Using them in appropriate situations
	Possesses	Communication abilities in English
GC-4 Capability to work in a team	Knows:	Methods and ways to work in a team, to lead the group and to obey the others
	Is capable of	Using them whenever necessary in appropriate situations
	Possesses	Communication abilities in English

Codes and steps of forming competences

Controlling the way the purpose of the course is achieved

№	Themes and topics to be assessed	Codes and steps of forming competences	Assessment tools		
			Current control	Intermediate attestation	
1	Theme 1. <i>Introduction to customer care. Customer care success. Businesses and jobs. On line services. The most</i>	GC3	Knows: Names of hotel departments, names of services, job positions, functions and duties of clerks, managers,	Discussion participation in questionnaires	Revising questions for a review

	<p><i>successful sites</i></p> <p>Theme 2. <i>Face to face with customers. Business meetings. Efficient presentations.</i></p> <p>Theme 3. <i>Dealing with customers on the phone. Rules and practices of the customer care talks</i></p> <p>Theme 4. <i>Call center success</i></p> <p>Theme5. <i>Delivering customer care through writing.</i></p> <p>Theme 6. <i>Dealing with problems and complaints.</i></p>	<p>GC5</p> <p>GC3</p>	<p>housekeeping staff, names of different activities and attending circumstances.</p> <p>Is capable of using: Prepared speech exercises, prepared stories about the front office services, bell service, housekeeping services, functions of chambermaids, duty managers, bellmen, front office staff, marketing department staff, internal sales, hotel promotion, external sales</p> <p>Knows: Categories of places to eat, types of cuisines, names of dishes and beverages, names of cooks and chefs, sorts of waiters, bartenders, names of restaurant parts, different levels of services. Is capable os using: : Non-authentic and authentic texts, dialogues,</p>	<p>Written Test 2</p> <p>A Roleplay</p>	<p>Revising questions for a review</p> <p>A Presentation</p>
--	--	-----------------------	--	---	--

		CC5	extracts from advertisements, documents. Sound files of authentic dialogues, CDs		

ECONOMY AND MANAGEMENT SCHOOL

SYLLABUS MATERIALS

in «Communication Skills for Tourism and Hospitality Industry»

43.03.02 Tourism

Technology and Organization of Touroperators' and Travel Agents' Services
Full time mode of studies

V.List of Recommended Literature

The main List of Recommended Literature

1. Rosemary Richey English for Customer Care.- Oxford Express Series, 2011.
2. Miriam Jacob English for International Tourism: Students' book and Workbook.
– Longman, 2009.
3. Harding K. High Season English for the Hotel and Tourist Industry.
Workbook.- Oxford University Press, 2009.
4. Harding K. High Season English for the Hotel and Tourist Industry .Course
Book - .Oxford University Press, 2009.
5. Understanding Tourism: Basic Glossary [Electronic recourse] – Electronic
text data. – URL: <http://www.media.unwto.org/zh-hans/node/28110>
6. Tourism Glossary [Electronic recourse] – Electronic text data. – URL:
<http://www.gdrc.org/uem/eco-tour/t-glossary.htm/> Tourism: Basic Glossary [
Electronic recourse] – Electronic

Text data. – URL: <http://www.media.unwto.org/zh-hans/node/28110>

List of Additional Literature

7. Drozdova T. U. Publishing center Himera, English Grammar, 2007.
8. A Large Glossary of International Tourism Terms. Gerda Publishing House,
9. Vorobjova S.A. Your Way to Tourism M. Philomatis, 2008
10. Additional texts for the themes covered.
11. Murphy R. English Grammar in USA for intermediate students. – Cambridge University Press, 2008.
12. Garcia, C. [Impacts of Tourism Development on Water Demand and Beach Degradation on the Island of Mallorca \(Spain\)](#) / C. Garcia, J. Servera // Geografiska Annaler. Series A, Physical Geography. – 2003. – Vol. 85, № 3/4. Papers Presented: International Symposium on Land Degradation and Desertification. – P. 287-300.

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF RUSSIAN FEDERATION
Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Professional Education
«**FAR EASTERN FEDERAL UNIVERSITY**»
(FEFU)

ECONOMY AND MANAGEMENT SCHOOL

**VI. TEACHING MATERIALS AND METHODOICAL
RECOMMENDATIONS FOR CLASSROOM BASED ACTIVITIES**

in «Communication Skills for Tourism and Hospitality Industry»

43.03.02 Tourism

Technology and Organization of Touroperators' and Travel Agents' Services

Full time mode of studies

Classroom based activities are major blocks for mastering “Communication Skills for Tourism and Hospitality Industry»

They help to increase the knowledge and confidence of students enhancing their future job and training prospects.

The choice of learning materials has been made having in mind modern business English language norms and “from easy to complex” principle.

British, American and Russian methodologies are being offered for all sorts of students' work. *All the teaching materials to support classroom activities have been listed in the previous chapter of the main and additional literature sources.*

The example of the classroom activities can be regarded in the following passages. The theme for classroom discussion is

Tour Operation. Planning and Execution

I. Tour operators are an important part of the tourism industry and for many hotels, are a vital source of business, as they bring large groups. Read these profiles of the tour operators and speak about 3 of them in your own words.

Anglo-Global Holidays pic

Specialists in holidays for young people (teenagers and students), primarily from the US, Canada, Israel, and Europe. Incoming groups and individuals are offered a full package of sightseeing activities, social events, and contacts with local youngsters, under the guidance of experienced youth workers. (Established 1957)

Brit-Tours Ltd

Deals in large volumes of group traffic from North America, specializing in complete incentive programmes plus special-interest groups and business conferences. Creativity and quality assured. US office in Dallas, Texas.

Hollywood Travel Services Ltd

Catering for both groups and individuals from all over the world, Hollywood Travel offers special interest tours in over eight different categories. Private entertaining in rural hotels and private houses of historic and architectural importance. Private shooting and fishing packages. The personal touch for an exclusive clientele.

Blue Skies Travel Ltd

An organization which sends over 80,000 people a year on short-stay packages, mainly to London. Specialists in concerts with coach travel,

accommodation, and guided tours included. Contact through newspaper advertising throughout the UK. Also markets theatre programmes for schools.

Customtours Ltd

Custom-made itineraries, designed to meet the needs of both groups and individuals. Specializing in special-interest tours, performing groups, and youth groups from overseas and within the UK.

II. Diane MacLennan runs UK Hosts, a company which specializes in selecting hotels in London for incentive tours from the USA. An incentive tour is a reward or encouragement for people who have done good work for their company. The companies she deals with are usually very rich. Read Diane's answers to the interviewer's questions about her work. Answer the following:

1. Where is Diane's company based?
2. Does she know her clients personally?
3. How can Diane recommend this or that hotel if she doesn't know the clients?
4. What, in general, do the clients expect?
5. How does she keep up to date with new facilities, special offers, or new hotels?

interviewer: Diane, can you tell me about your work and how you go about selecting a hotel for your clients?

diane: Well, I work exclusively with incentive tours. More precisely, I work as a Ground Handling Agent for incentive tours from the US. As I'm based here in London, I often don't know the clients intimately. So I rely on my incentive agent in the US to inform me of exactly what sort of group they are and what sort of things they like doing, etc. Then I'll make preliminary inspections of various hotels, as part of the job of a ground handler is selecting a hotel. The next thing is to make recommendations to my client on the basis of these inspections. Nine times out of ten, my clients will also want to inspect the hotels themselves, so one

or two of my clients will come over on an inspection visit and they'll make the final choice themselves.

interviewer: Really?

diane: Yes, and we'll see as many hotels in one day as we can. A few days ago, I took some clients to visit seven hotels in one day, which is quite normal, but a few weeks ago, we inspected fourteen hotels all in one day.

interviewer: Goodness! What, in general, are they looking for?

diane: Obviously, details depend on the group in question. The incentive groups I deal with will generally spend a lot of time socializing. Consequently, the communal areas such as the bar must be large, attractive, and atmospheric. The reception area will be the first thing they see, so the company will want it to be impressive. Because there's lots of socializing, not just within the group but also with clients based in Europe, there must be sufficient rooms for private functions. And of course they've got to be big enough. Generally, that means we deal with luxury hotels. We don't always, because a de luxe hotel won't necessarily suit the requirements of the particular group we're dealing with. But, by and large, the more stars a hotel has, the bigger and better the facilities.

interviewer: So how do you keep up to date with new facilities, special offers, or even new hotels?

diane: I'm on the mailing list of all the main hotels in the London area so I'm kept updated by mailshot, and I know the people in the sales divisions of most of the hotels we deal with. If they have a special offer coming up, they'll telephone and let me know. To keep myself informed, there's the TTG – that's the Travel Trade Gazette – which is vital reading for anyone in my line of work. If there's any new hotel development, or even new hotels being built, then it will be included in there. I also make a point of going to trade fairs, such as the one in Earls Court in November called the WTM. People from all over the world attend, and I make appointments to meet people in the hotel business.

interviewer: Have you ever recommended a hotel you haven't inspected?

diane: Never. For example, yesterday I went into London just to see one room in a large city-centre hotel. I was offered forty-four of a particular type of

room for a client. This hotel has fourteen different types and I wasn't sure it was the right type. Just to be sure, I went to check, and I'm glad I did. It wasn't! You see, every time I recommend a room, my reputation is on the line. I can't afford to make mistakes.

III. Read the dialogue again and complete the following sentences using ideas and expressions from the above dialogue:

1. Diane depends upon her _____ to help her recommend _____ hotels for her clients.

2. Diane's clients usually make an _____ of the hotels she has recommended.

3. It is _____ for her to visit fourteen hotels in one day.

4. For her groups, the three most important hotels are the _____, and the _____.

5. Hotels keep Diane up-to-date by _____ and by _____.

6. Trade magazines are useful for information about _____.

7. To meet people in the industry she goes to _____.

8. Diane _____ inspects the hotels she recommends.

IV. Speak about how *UK Hosts* work. Use questions from task 2 as a plan for your story.

V. An agent for Scandinavian Seaways is welcoming a group on a familiarization tour. Complete her speech using the following verbs in the Future Continuous:

arrive; go on; sail; stay; board; have; set off; stop; come; leave; spend; use.

«Good evening, ladies and gentlemen. On behalf of Scandinavian Seaways, I would like to welcome you aboard the MS Prince of Scandinavia.

I'd like to run through our itinerary for the next few days. We will be setting off in a few minutes, and tonight we _____ across the North Sea towards Denmark. If the weather holds, we _____ in Eisbjerg tomorrow afternoon at 13.45. The coach will take us to the hotel Pejsergarden in Braedrup, where we _____. This is the hotel that we _____ for all our future tours as well. There will be plenty of time to settle in, and in the evening we _____ a special dinner in the hotel's famous restaurant. At midnight there will be champagne and a firework display, followed by dancing in the disco. We _____ the next morning in the hotel, and in the afternoon we _____ a tour of the Silkeborg Lake District. We _____ back in time for afternoon coffee, and you'll be free for the rest of the evening. The next day the coach _____ at 10.00, and we _____ on the way for lunch, before going on to Hamburg, where we _____ the MS Hamburg for the 16.30 sailing back to Harwich».

The next day the coach at 10.00, and we on the way for lunch, before going on to Hamburg, where we _____ the *MS Hamburg* for the 16.30 sailing back to Harwich.

VI. In the following sentences put the verbs in brackets into the Future Continuous or the Future Perfect. The first one has been done for you.

1. We can't send our clients to a half-finished hotel. Are you sure that you *will have completed* (complete) all the building work by the beginning of the summer?

2. I'm sorry, but I can't make the meeting on the 18th. I _____ (still/go round) Greece on my inspection tour, and I don't get back until the 21st.

3. Hello, Jenny Farmer here. I'm just ringing to ask whether you _____ (send) someone on the fam trip we are organizing next year.

4. I can send those two brochures off for you if you like. I ___ (go) past a post-box on my way to the car, so it's no trouble.

5. We'd better put the meeting off for a couple of days. I _____ (not finish) this report by tomorrow afternoon.
6. If you don't hurry up, your plane _____ (leave) by the time you _____ get _____ to _____ the _____ airport.
7. I'm off on holiday in a few days and this time next week I _____ (sit) on a lovely sunny beach in the Seychelles.
8. Could I send you the information about the hotels at the end of the month? I _____ (not/have) time to visit them all by next Wednesday.
9. You'd better send them a fax because they _____ (make) a decision by the time a letter arrives.
10. I can give John those figures. I _____ (see) him in our weekly meeting this afternoon.

VII. Now read the dialogue between the Front Office manager welcoming a group of tourists from Germany and the tour leader MRS Kleist. Complete the gaps using the words below:

filled	leader	cards	reception
tour	rooms	delay	their
in	passport	drink	group

manager: Good afternoon. You must be Mrs. Kleist from Sonnenreise.

mrs kleist: Yes, that's right. I'm the tour _____.

manager: How was your flight?

mrs kleist: Not bad, thank you. There was a bit of a _____ at _____ Frankfurt Airport, so that's why we're a little late.

manager: Oh dear! Well, you'll be pleased to hear that the rooms are ready for everyone in your shall we fill in the check sheet?

mrs kleist: Yes. That'd be fine.

manager: I've got the registration _____ here, thirty-eight in all. Could you ask your party to fill them in – all we need is _____ names and passport numbers.

mrs kleist: Right. Now, there's been a slight change. One of the people on the I missed the flight in Frankfurt – Mr. Heine. I think he might be coming later, but I haven't had time to find out yet.

manager: That's OK. We'll keep the room until you find out what's happening.

mrs kleist: I've got the list here for you. It's got everyone's name on it.

manager: Thanks. I'll leave a note for _____ telling them you're one guest short.

mrs kleist: And I've got the voucher here too. Here you are.

manager: Thank you very much. Right, that'll be all for the moment. If you'd like to get the registration cards in, we'll tell everyone what _____ they'll be staying in. By the way, the bar's open if anyone would like a _____ while they're waiting.

mrs kleist: Thank you.

VIII. Learn the dialogue by heart and reproduce it in roles.

IX. Imagine that you and your partner work for the local tourist board. Mr. Edward Legrand, the Director of a tour operating company, has written to you asking to organize a two-day tour of your area for him. His company organizes educational, sightseeing, and special-interest tours as well as conferences. On a separate sheet of paper, plan a full itinerary for Mr. Legrand, remembering to leave him some free time.

X. Discuss your plan for Mr. Legrand's requested tour of your city or whereabouts with your partner in your own dialogue.

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF RUSSIAN FEDERATION
Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Professional Education
«**FAR EASTERN FEDERAL UNIVERSITY**»
(FEFU)

ECONOMY AND MANAGEMENT SCHOOL

VII. Technical provisions for classroom-based activities

in «Communication Skills for Tourism and Hospitality Industry»

43.03.02 Tourism

Technology and Organization of Touroperators' and Travel Agents' Services

Full time mode of studies

Classroom equipped with multi-media devices

Personal Computers

Audio and video player

CD player

Tape recordings

Internet Resources

Enclosure 1.

The Outline Graph for doing Independent assignments of the discipline

№	Dates and Time of performance	Kinds of Independent work	Approximate time Norms for Performance	Forms of Control
---	-------------------------------	---------------------------	--	------------------

1.	September – October	Preparation of the Essay. Theme1.	2 weeks	Oral Presentation
2.	November	Independent Work Theme 2.	1 week 2 hrs	Drawing Graphs and Diagrams
3.	December	Sustainable Tourism.	2 weeks	Written Test
4.	February March	Ecotourism in practice. Preparing the Essay on Theme 4.	2 hrs	Oral Presentation
5.	April – May	Independent Work Theme 5 Business Correspondence	2 hrs	Written Test
6.				Written Tests and Assignments

Independent Students' Work might include the following kinds of learning activities :

7. Preparation for classroom activities
8. Preparation for Written assignments
9. Writing Tests and essays
10. Reading additional literature
11. Preparations of presentations
12. Writing Course assignments.

Inhere enclosed is the plan-graph for students' independent work

№	Content of the independent activities	Times and dates
	Entitle texts 1,2,3,4,5 of the unit devoted to Jobs in Tourism Write annotations to texts 1,2,3,4,5 To prepare the report about one of the covered jobs in ex.4 of the unit Do ex. 5 on p. 70 (EFTH) Write a composition about jobs in tourism. Do exercises 9,10 on page 75,76 (EFTH) Prepare presentation on themes indicated in	The first week The second and third weeks 4-6 th week The 7 th week 8 th week 9 неделя

<p>units 5 and 6 about the functions of managers , conference coordinators, business consultants on business missions.</p> <p>Write a reply to a complaint about unsatisfactory services</p> <p>Write a reply to a complaint about unsatisfactory services</p> <p>Do exercise 8 on page 86 of unit 3</p> <p>Do exercise 1 of the unit « Managing tour operations»</p> <p>Answer the questions of the fourth unit of the section « Hotel Management»</p> <p>Write a composition about functions, skills and abilities of tourism managers.</p> <p>Model content of students' additional independent activities.</p> <p>Michael L.Kasavana, Richard M Brooks. Managing Front Office Operations. Educational Institute of the American Hotel and Lodging Association. 2001 Part 1 Chapter 3.</p> <p>Unit1. Chapter 3. Front office operations. Pages 91-104. Read the material, answer the questions at the end of the unit. Prepare the report.</p> <p>Margaret M. Kappa, Aleta Nitschke, Patricia B. Schappert. Housekeeping Management. Educational Institute of the American Hotel and Lodging Association. 1997.Part 1. Chapter «The Role of Housekeeping in Hospitality Operations».</p> <p>Types of Hotels. Read the information, answer the questions at the end of the unit. Prepare the report</p> <p>Amanda Stronza. Forging new ground for ecotourism and other alternatives.The article in Annual Reviews.Read and answer the questions.</p> <p>Celso Garsia. Impacts of tourism development on water demand and beach degradation on the island of Mallorca. Read the material and</p>	<p>10,11,12th weeks</p> <p>13th week</p> <p>14th week</p> <p>15th week</p> <p>15th week</p> <p>16th week</p> <p>17th week неделя</p>
---	---

	answer the questions. Prepare a report.	
--	---	--

Model assignments to the articles for additional reading:

1. Read the article and outline its main parts.
2. Point out the outstanding factors the authors have investigated.
3. Write down all the problems the authors have tried to look into.
4. Be aware of the conclusion the authors have come to.
5. Express your own approach to the issues touched upon or studied.

Unfortunately no course can be a success unless students do their best when working on their own. Materials for students' independent work offered in the syllabus guide might help them a lot. For example students can be offered to participate in the following samples of learning activities:

Doing the tasks in writing

Reading supplementary materials in English

Preparing for and speaking at presentations

Learning for written tests

Getting ready for credit tests and exams

Answering questions

Reproducing dialogues

Learning conversational formulae

Reading the materials and entitling them

Writing dictations, essays, compositions

Writing pieces from business correspondence

Composing and dramatizing dialogues and polylogues

And what not

As for example could be illustrated in the attached manual for students by correspondence.

Getting ready for classroom sessions

- Doing the tasks in writing
- Reading supplementary materials in English
- Preparing for and speaking at presentations
- Learning for written tests
- Getting ready for credit tests and exams
- Answering questions
- Reproducing dialogues
- Learning conversational formulae
- Reading the materials and entitling them
- Writing dictations, essays, compositions
- Writing pieces from business correspondence
- Composing and dramatizing dialogues and polylogues
- And what not

As for the example, it could be illustrated in the attached manual for students by correspondence.

Materials from the Manual follow.

I. Read and translate the text:

Travel agents and tour operators

The difference between a tour operator and a travel agent? Well it's quite simple, really. Obviously, there is a lot of overlap between the two roles, but basically, a tour operator buys the separate elements of transport, accommodation, and other services, and combines them into a package. A travel agent sells this product and other services to the public, and provides a convenient location, such as a shop or office, for the purchase of travel.

If you imagine how a car is made and sold, the tour operator is like the factory where the different pieces of the car are assembled. The travel agent is like the car showroom, which sells the finished product.

So a tour operator will have to do things like decide what tours and holidays to organize –it might be inclusive tours, or independent holidays. They'll probably investigate and research new markets to find out what people actually want.

Then, when they're putting together a tour, they'll have to negotiate with the various airline companies and hotels and other principals, as we call them, in order to get good bulk purchase deals.

They'll probably charter aircraft, and later on they'll need to recruit and train staff to be resort representatives, guides, and so on.

When that's all sorted out and they've signed contracts with the principals, they'll be able to concentrate more on promotion – designing and printing brochure, and planning an advertising campaign.

Once the tours are being sold, the tour operator deals more directly with the agent in accepting bookings. They have to continue to work with the principals – sending room lists, light manifests, that sort of thing.

So a tour operator doesn't usually have so much direct contact with the customer. The travel agent, on the other hand, is in direct contact with the customer, advising on resorts, carriers, and travel facilities in general, helping to plan itineraries for customers, arranging corporate travel.

Then, when they're actually selling holidays, inclusive tours, air tickets, or whatever, they'll be involved in recording and confirming reservations, sending invoices to customers, and issuing tickets and vouchers.

They're also involved in auxillary services like arranging car hire or selling insurance. And plenty of other things as well, from ordering stocks of brochures for rack display to making sure the windows are kept clean!

II. Look up the words and word combinations, write down the Russian equivalents:

- obviously, basically, an overlap, a purchase
- to combine smth. into smth.
- to provide a convenient location
- to assemble

- to investigate (research) new markets
- to find out smth.
- to negotiate
- to get good bulk purchase deals
- to charter aircraft
- to recruit and train staff
- to sort out everything
- to concentrate on (promotion)
- to plan an advertising campaign
- to accept bookings
- to have a direct contact with
- to advise on smth.
- to plan itineraries
- to arrange corporate travel
- to record and confirm reservations
- to send invoices to customers
- to issue tickets and vouchers
- to arrange a car hire
- to sell insurance
- to make sure smth. is done
- to order (stocks of brochures for rack display)

I. Complete the sentences using the vocabulary of exercise 2:

1. The ... between a tour operator and a ... is quite
2. There is a lot of ... between the roles of a tour operator and a travel agent.
3. A tour operator buys of services, accommodation and transport and ... them into a
4. A tour operator will have to ... the market, to ... with various airline companies and hotels, to ... the staff, to ... contracts with the principals.
5. The travel agent is in with the customer.
6. The travel agent advises on earners, travel ... and so on.

7. When actually selling holidays, inclusive tours, air tickets, or whatever the travel agent will be involved in ... reservation, sending ... to the customers, ... tickets and vouchers, arranging car ... or selling

II. Answer the following questions:

1. Do the roles of a tour operator and travel agent coincide in a way?

How do they overlap? How do their roles differ?

2. What things does a tour operator have to do?

3. What is a travel agent involved in?

III. Write questions to the following sentences. Try and do your best in making as many questions as you can.

1. If you imagine how a car is made and sold, the tour operator is like the factory where the different pieces of the car are assembled.

2. The travel agent is like the car showroom, which sells the finished product.

3. Then, when they're putting together a tour, they'll have to negotiate with the various airline companies and hotels and other principals, as we call them, in order to get good bulk purchase deals.

IV. Write about the role of a tour operator and speak about it.

Assessment Tools Pool

in «Communication Skills for Tourism and Hospitality Industry»

43.03.02 Tourism

Technology and Organization of Touroperators' and Travel Agents' Services

Full time mode of studies

Assessment materials have been chosen in the manner which lets instructors see the scope of students` learning efforts and the degree of their success or failure. Basic assessment materials are mostly tests, packs of questions and tasks, quizzes, essays and compositions. A pack of tests follow.

Answer the question:

1. Where does the tour operator work?
2. What does he do?
3. What do tour packages include?
4. What kind of companies does the tour operator work with?
5. How does the tour operator market the tours-?
6. How does the tour operator sell tours? What does "a wholesaler" mean?
7. Where does the travel agent work?
8. What does the travel agent do?
9. What kind of goods does the travel agent sell?
10. How does the travel agent sell tour packages? What does "a retailer" mean?
11. How high is the travel agent's commission?
12. What kind of separate services does the travel agent sell?
13. Where does the tourism manager work?
14. What does he supervise?
15. When does the tourism manager report to the general manager?
16. What does the tourism manager plan and control?

17. What does the tourism manager decide on in a travel company?
18. How does the tourism manager hire employees?
19. What does the tour guide do?
20. How does the tour guide handle tour groups?
21. What does the tour guide cater to?
22. How well does the tour guide know a foreign language?
23. What other subjects does the tour guide know and why?
24. What kind of person is the tour guide?
25. Where does the animator work?
26. What does the animator do?
27. Why is the animator called the social director?
28. Why does the animator speak a few foreign languages?
29. What does the animator do like an actor?
30. What kind of person is the animator?
31. What kind of companies are tour operators?
32. What do tour operators do?
33. How do tour operators promote their tours?
34. How do tour operators sell their tours?
35. What kind of tour operators are there?
36. What are the best-known tour operators in the world?
37. What kind of companies are travel agencies?
38. Why are travel agencies called shops?
39. What do travel agencies do?
40. What kind of tours do travel agencies offer?
41. What kind of separate tourist services do travel agencies offer?
42. What kind of travel agencies are there?
43. What kind of companies are tourist information offices?
44. Where are tourist information offices?
45. What kind of advice do tourist information office clerks give?
46. What do tourist information office clerks do? What sort of information do they give?

47. Why do tourist information office clerks fluently speak foreign languages?
48. What kind of manuals for travelers are there in tourist information offices?
49. What is an outlet?
50. What sorts of outlets are there?
51. Where are travel agency outlets?
52. Who does a travel agency outlet at a factory or in office building service?
53. What does it mean that all travel agency outlets provide the same services?
54. How many clerks are there at a sales outlet?
55. What does the outlet clerk do?
56. How does the outlet clerk know the up-to-date information?
57. What kinds of people are called free-lancers?
58. How and when do free-lancers work?
59. What are some of the free-lance jobs?
60. What kinds of companies employ animators?
61. What kind of companies employ guides, guides-interpreters and escorts?
62. What do travel writers do?
63. What does it mean that free-lancers are registered?
64. What are the advantages and disadvantages of being a free-lancer?
65. How is leisure tourism called?
66. What type of travel is leisure tourism?
67. What do leisure travelers look for?
68. Where do leisure travelers go on holiday?
69. What do leisure travelers enjoy?
70. What does a resort hotel offer?
71. What are other ways to travel for pleasure?
72. Why will more and more people travel for pleasure in future?
73. What type of holiday is sports tourism?
74. What is the purpose of a sporting tour?
75. What do travelers enjoy during a sporting tour?
76. What kind of sporting tours do tourist companies offer?
77. How will instructors prepare travelers for sporting tours?

78. What will instructors plan before the tour?
79. Who carries the tourists' luggage during a sporting tour? What does it depend on?
80. What types of tourism are there within sports tourism?
81. What kind of travel is business tourism?
82. What kind of tourists are business travelers?
83. What do business tourists travel for?
84. What does convention tourism involve?
85. What business services do tourist companies provide?
86. Where are business facilities?
87. What kind of other business services will tourist companies provide in future?
88. What sort of tours will tourist companies offer to business travelers?
89. What does incentive tourism mean?
90. Why does a business company offer incentive tours to its employees?
91. What sort of target does an employer set for the employee?
92. When and where did incentive tourism emerge?
93. What kind of companies offer incentive tours?
94. Why do tourist companies take great responsibility when they arrange incentive tours for business corporations?
95. How popular is this type of tourism?
96. What does familiarization tourism mean?
97. What do travel agencies send their clerks on FAM tours for?
98. What do travel clerks get familiar with during FAM tours?
99. What is the main purpose of travel clerks on a FAM tour?
100. What will the travel clerks know when they return home?
101. Why do some experts say that FAM tourism is a part of incentive tourism?
Where does the receptionist work?
102. What is the receptionist in charge of?
103. How must the receptionist help the guests?
104. How can the receptionist help the visitors who have come to see the hotel guests?

105. Where does the concierge work?
106. What kind of languages does the concierge usually speak? What does it depend on?
107. How must the concierge help guests?
108. Where may the hotel manager work?
109. What is the hotel manager for the hotel guests?
110. What is the hotel manager for the hotel staff?
111. What does the hotel manager have to do?
112. What is the head chef? What does he have to do?
113. Whom does the head chef manage?
114. What sort of specialist chefs may there be?
115. What does the restaurant manager do?
116. What is the restaurant manager in charge of?
117. What does the restaurant manager have to decide on?
118. What are other management positions in a restaurant?
119. What are the eight different types of places where people can eat and drink?

120. Open the brackets. Translate:

121. Have you ever (to be) to a luxury restaurant?
a. was
b. been
122. We have just (to order) a three-course dinner.
a. ordered
b. orders
123. We have never (to have) full English breakfast before.
a. has
b. had
124. Why you (to refuse) to try you chef's special?
a. has
b. have
125. Since I last attended the convention our company (to develop) some new pre-convention tours.
a. had developed
b. have developed
126. What kind of drink the bartender (to mix) for you?
a. did mix
b. has mixed
127. The catering business (not to reach) it peak, has it?
a. hadn't reached

- b. hasn't reached
128. The catering department (to be) busy this month.
- a. was
 - b. has been
129. ... the banquet manager (to make) bulk purchase of food and drink yet?
- a. Did ... make
 - b. Has ... made
130. You (to get) a master key or an extra key?
- a. Did you get ...
 - b. Have you got ...
131. How are plain hotels and inns of small scale called?
- a. They are called inexpensive hotels.
 - b. They are called the 1-star hotels.
132. What prices do 1-star hotels offer?
- a. They are free of charge.
 - b. They offer low prices.
133. What is the other name for the moderate hotel?
- a. The moderate hotel is also called 2-star hotel.
 - b. The moderate hotel is cheap.
134. Do all the bedrooms in the 3-star hotel contain private bathrooms or showers?
- a. Yes, they all do.
 - b. Only two thirds of bedrooms contain a private bathroom or shower.
135. Do deluxe hotels offer a 24-hour access and a lounge service?
- a. No, they don't.
 - b. Yes, they do.
- What sorts of facilities are provided in the expensive hotel?
134. a. All rooms are fitted with a telephone in the expensive provided.
135. b. Wake up calls, room service, portage, fuller meal facilities are provided in the 3-star hotels.

