



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)
ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОП

Топчий А.В.

«16» декабря 2021 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор Департамента туризма и гостеприимства

Овчаренко Н.П.

«16» декабря 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Бизнес - Коммуникация
(Business Communication)

Направление подготовки 43.04.02 Туризм
(Индустрия туризма и гостеприимства)

Форма подготовки очная

курс 1 семестр 1

лекции 0 час.

практические занятия 72 час.

лабораторные работы 00 час.

всего часов аудиторной нагрузки 72 час.

самостоятельная работа 36 час.

в том числе на подготовку к экзамену 36 час

контрольные работы (количество) не предусмотрены

курсовая работа / курсовой проект не предусмотрены

зачет не предусмотрен

экзамен 1 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденного приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 г. № 514

Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента туризма и гостеприимства, протокол от «16» декабря 2021 г. № 2/1

Директор Департамента туризма и гостеприимства канд. техн. наук, доцент Н.П. Овчаренко

Составители: Е.В. Маканцева, ст. преподаватель

Владивосток
2021

Оборотная сторона титульного листа РПД

1. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от « ____ » _____ 202 г. № ____
2. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от « ____ » _____ 202 г. № ____
3. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от « ____ » _____ 202 г. № ____
4. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от « ____ » _____ 202 г. № ____
5. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от « ____ » _____ 202 г. № ____

Аннотация дисциплины
Бизнес – коммуникация
(Business Communication)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы 144 академических часа. Является дисциплиной обязательной части МОП, изучается на 1 курсе и завершается экзаменом. Учебным планом предусмотрено проведение контактных практических занятий в объеме 72 часа, а также выделено 36 часов на самостоятельную работу студента. Контроль по подготовке к экзамену занимает 36 академических часов.

Язык реализации: английский

Цель:

Ознакомить обучающихся с особенностями бизнес-коммуникации в сфере туризма и гостеприимства, а также развить и закрепить англоязычные речевые навыки, необходимые для работы специалиста этой сферы в профессиональном общении на английском языке.

Задачи:

- сформировать систематизированные знания об особенностях бизнес-коммуникаций и нормах поведения специалистов сферы сервиса и туризма в различных ситуациях;
- развить и закрепить навык устной коммуникации на английском языке в пределах тематики, связанной главным образом с туристическим и обслуживающим бизнесом;
- овладеть способностью применять теоретические знания и навыки о способах бизнес-коммуникации на практике;
- ознакомить студентов с межкультурными особенностями общения в различных ситуациях повседневного и делового общения;
- развить и закрепить основные умения письменного общения на английском языке в рамках изучаемых тем для решения различного вида коммуникативных задач.

Для успешного изучения дисциплины «Бизнес-коммуникация /Business Communication» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции: способность к коммуникации в устной и письменной форме на иностранном (английском) языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия УК-1, УК-3 Данные компетенции должны быть получены в результате изучения таких дисциплин, как «Иностранный язык (английский)», «Международный туризм», «Communication skills for tourism and hospitality», в результате изучения которых обучающийся должен быть готов к освоению дисциплины «Business communication». В результате изучения дисциплины «Бизнес-Коммуникация/ Business Communication» у обучающихся формируются следующие универсальные компетенции: УК-4, УК-5, УК-6

Планируемые результаты обучения по дисциплине соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций, индикаторов достижения компетенций:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
	УК-4	УК-4.1 Применяет коммуникативные технологии в общении, составляет типовые документы, академические и профессиональные тексты на английском языке	Знает: содержание тематических разделов программы Умеет: осуществлять взаимодействие с членами команды (коммуникации) на английском языке Владеет: коммуникативными навыками
		УК-4.2 Представляет результаты исследовательской деятельности на публичных	Знает: содержание тематических разделов программы Умеет:

		мероприятиях, участвует в их обсуждении	осуществлять взаимодействие с членами команды (коммуникации) на английском языке Владеет: коммуникативными навыками
	УК-5	УК-5.2 Выстраивает социальное и профессиональное взаимодействие на английском языке с учетом особенностей профессиональной культуры разных этносов и конфессий	Знает: особенности и правила межкультурной коммуникации, так же как и языковой материал Умеет: использовать их, осуществляя деловую англоязычную коммуникацию в устной и письменной форме. Владеет: навыками устной и письменной коммуникации на английском языке
	УК-6	УК-6.1 Определяет способы совершенствования своей профессиональной деятельности, оценивая собственные ресурсы, пределы и перспективы	Знает: потребности и способы совершенствования своей профессиональной деятельности на основе оценки своих ресурсов и пределов при выполнении академических и профессиональных задач Умеет: выполнять и корректировать коммуникативные задания, поставленные для модулирования учебной или профессиональной ситуации
		УК-6.2 Выстраивает гибкую профессиональную траекторию с учетом требований рынка труда и	Знает: потребности и способы совершенствования своей профессиональной

		стратегии развития	личного	деятельности на основе оценки своих ресурсов и пределов при выполнении академических и профессиональных задач Умеет: выполнять и корректировать коммуникативные задания, поставленные для модулирования учебной или профессиональной ситуации
--	--	-----------------------	---------	---

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Business Communication (Бизнес- коммуникация)» применяются следующие образовательные технологии и методы / активного / интерактивного обучения: дискуссия, деловая игра, работа в малых группах, «круглый стол», а также основные методы дистанционного обучения.

I. Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель:

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 и 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;
- развить и закрепить навык устной коммуникации на английском языке 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 и делового общения;
- развить и закрепить умения письменного англоязычного общения в рамках изучаемых тем для решения различного вида коммуникативных задач.

Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижений:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
	УК-4	УК-4.1 Применяет коммуникативные технологии в общении, составляет типовые документы, академические и профессиональные тексты на английском языке	Знает: содержание тематических разделов программы Умеет: осуществлять взаимодействие с членами команды (коммуникации) на английском языке Владеет: коммуникативными навыками

		<p>УК-4.2 Представляет результаты исследовательской деятельности на публичных мероприятиях, участвует в их обсуждении на английском языке</p>	<p>Знает: содержание тематических разделов программы Умеет: осуществлять взаимодействие с членами команды (коммуникации) на английском языке Владеет: коммуникативными навыками</p>
	УК-5	<p>УК-5.2 Выстраивает социальное и профессиональное взаимодействие на английском языке</p>	<p>Знает: особенности и правила межкультурной коммуникации, так же как и языковой материал Умеет: использовать их, осуществляя деловую англоязычную коммуникацию в устной и письменной форме. Владеет: навыками устной и письменной коммуникации на английском языке</p>
	УК-6	<p>УК-6.1 Определяет способы совершенствования своей профессиональной деятельности, оценивая собственные ресурсы, пределы и перспективы. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом на английском языке</p>	<p>Знает: потребности и способы совершенствования своей профессиональной деятельности на основе оценки своих ресурсов и пределов при выполнении академических и профессиональных задач Умеет: выполнять и корректировать коммуникативные задания, поставленные для модулирования учебной или профессиональной ситуации</p>
		<p>УК-6.2 Выстраивает гибкую профессиональную траекторию с учетом требований рынка труда и стратегии личного развития</p>	<p>Знает: потребности и способы совершенствования своей профессиональной деятельности на основе оценки своих ресурсов и пределов при выполнении</p>

			академических и профессиональных задач Умеет: выполнять и корректировать коммуникативные задания, поставленные для модулирования учебной или профессиональной ситуации
--	--	--	---

II. Трудоемкость дисциплины и виды учебных занятий по дисциплине

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы (144 академических часа)

Структура дисциплины:

Форма обучения – очная

№	Наименование раздела дисциплины	Семестр	Количество часов по видам учебных занятий и работы обучающегося					Контроль**	Формы промежуточной аттестации***
			Лек	Лаб	Пр	ОК*	СР		
1	Тема №1 Business Communication Process (Теория бизнес коммуникации)	1			7		7	10	27
2	Тема №2 . Introduction to customer care. Customer care success	1			7		7		
3	Тема №3 Face to face with customers. Business meetings. Effective presentations.	1			7		7		
	Тема №4.	1			7		7		

4	Dealing with customers on the phone. Rules and practices of the customer care talks.	1			7	7	7	
5	Тема №5. Call center success. Informational material: Customer surveys.	1			7	7		
6	Тема №6. Quality in hospitality, tourism and services				7	7		27
7	Тема №7. E-Travel							

*онлайн курс

** указать часы из УП

**зачет/экзамен

III. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Теоретическая часть в дисциплине «Business Communication (Бизнес Коммуникация)» не предусмотрена учебным планом.

IV. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ И ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (тематика занятий и работ)

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

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.

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.

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.

Informational material: Customer surveys. Review of customer surveys in different industries of Great Britain. Recent age 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

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.

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.

ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ

- 1.Principles of effective communication – YouTube video+ -communication coach Alex Lyon (4hrs)
- 2.Tourism as the force of change – a conference speech/ YouTube video (2hrs)
- 3.How tour operators, travel agents and flight aggregators work together/ YouTube video+(2hrs)
- 4.Economic, social and environmental impacts of tourism /YouTube video+ (4hrs)

5.6 skills for all in hotel supervision and hospitality management/YouTube video (2hrs)

6.Complaint handling and service recovery/Chapter13/YouTube video (2hrs)

7.The Best service recovery story...ever/ Roger Simpson/Jon Picoult(2hrs)

8.How to hire the best employees: What I really look for in interviews/ Neil Patel/ YouTube video (2hrs)

V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Бизнес коммуникация» 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.

VI. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п / п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	Промежуточная аттестация
	Тема №1. Business Communication process Тема№2. Introduction to customer care. Customer care success	УК-4	Знает информационный материал темы	УО-1 ПП-1	зачет-

	<p>Тема №3 Face to face with customers. Business meetings. Effective presentations.</p> <p>Тема №4. Dealing with customers on the phone. Rules and practices of the customer care talks.</p> <p>Тема№5. Call center success. Informational material: Customer surveys.</p> <p>Тема №6. Quality in services</p> <p>Тема №7. E-Travel</p>	<p>УК-4</p> <p>УК-5</p> <p>УК-6</p> <p>УК-4</p> <p>УК-5</p> <p>УК-6</p>	<p>Умеет обмениваться информацией и знаниям и с членами команды</p> <p>Владеет навыкам и устной англоязычной коммуникации</p>	<p>УО-1</p>	
		<p>УК-3</p> <p>УК-4</p>	<p>Знает программный языковой материал</p> <p>Умеет использовать его в англоязычной письменной коммуникации</p> <p>Владеет способностью моделировать и осуществлять деловую коммуникацию на английском</p>	<p>ПР-3</p> <p>УО-1</p> <p>ПР-2</p> <p>ПР</p> <p>ПР-3</p> <p>ПР-4</p>	<p>-</p>

			ом языке		
	Зачет / экзамен			-	ПР-1 ПР-4

* Рекомендуемые формы оценочных средств: 1) собеседование (УО-1), коллоквиум (УО-2); 2) технические средства контроля (ТС); 3) письменные работы (ПР): тесты (ПР-1), контрольные работы (ПР-2), эссе (ПР-3), рефераты (ПР-4), курсовые работы (ПР-5), научно-учебные отчеты по практикам (ПР-6) и т.п. (список может быть дополнен в соответствии со спецификой ОПОП и внутренней нормативной документацией ДВФУ).

Рекомендации по самостоятельной работе студентов

Организация и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов (СРС)

1. Текущая и опережающая СРС, направленная на углубление и закрепление знаний, а также развитие практических умений заключается в:

- работе студентов с лекционным материалом, поиске и анализе учебной литературы и электронных источников информации по изучаемым темам дисциплины;
- выполнении домашних индивидуальных и коллективных заданий;
- изучении тем, вынесенных на самостоятельную проработку, активное участие в их обсуждении на занятиях;
- изучении теоретического материала тем лабораторных занятий, подготовке презентаций и файлов с текстовым описанием каждого слайда;
- освоении технологий взаимодействия с заданными интернет-ресурсами и их использования для решения практических задач;
- освоении технологии создания простейшего сайта компании (или, по желанию студента, в виде электронного портфолио выполненных заданий по дисциплине);
- подготовке к зачету.

VII. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Harrison L. English for international tourism : Intermediate workbook with key / L. Harrison. – England : Pearson Education Limited, 2013. – 64 p.
<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:781903&theme=FEFU>
2. Professional English for Future Tourism Managers [Электронный ресурс] : учебн. пособие по профессионально-ориентированному английскому языку для студентов специальности «Туризм». – Электрон. данн. – Астана : Казахский гуманитарно-юридический ун-т, 2016. – 72 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/49552.html> [ЭБС «IPRbooks»]
3. Strutt. P. English for international tourism : Intermediate coursebook / P. Strutt. – England : Pearson Education Limited, 2013. – 1238 p.
<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:781932&theme=FEFU>
4. Войтик Н. В. Английский язык для туризма и сервиса. English for Tourism and Service [Электронный ресурс] : учебн. пособие / Н. В. Войтик. – М. : ФЛИНТА, 2013. – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976516281.html> [ЭБС «Консультант студента»]
5. Жулидов С. Б. The Travel and Tourism Industry / С. Б. Жулидов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 207 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/872364> [ЭБС Znanium.com]
6. Жулидов С.Б. The Travel and Tourism Industry [Электронный ресурс]: учебн. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям сервиса 10000 и туризма 10200 / С. Б. Жулидов. – Электрон. данн. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 204 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71242.html> [ЭБС «IPRbooks»]
7. Нуреева Д. Н. English for Service and Tourism (Английский язык. Сервис и туризм) [Электронный ресурс] : учебн.-метод. пособие / Д. Н. Нуреева. –

- Электрон. данн. – Казань : Казанский национальный исследовательский технологический ун-т, 2014. – 139 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/61947.html> [ЭБС «IPRbooks»]
8. Раптанова И. Н. English for service and tourism industry = Английский язык в сфере обслуживания и туризма [Электронный ресурс]: учебн. пособие / И. Н. Раптанова, К. Г. Чапалда. – Электрон. данн. – Оренбург : Оренбургский гос. ун-т, ЭБС АСВ, 2016. – 119 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/69881.html> [ЭБС «IPRbooks»]
9. Триус Л. И. Английский для международного и национального туризма. English for global and national tourism [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. И. Триус, Т. А. Ширяева. – Электрон. данн. – Пятигорск : Пятигорский гос. лингвистический ун-т, 2016. – 168 с. – Режим доступа: <https://www.book.ru/book/919880/view2/1> [ЭБС Book.ru]

Дополнительная литература

1. Бисько И. А. Организация обслуживания туристов. Tourism service organization [Электронный ресурс]: учебное пособие / И. А. Бисько, В. А. Маевская, Е. А. Паксюткина. – М. : КноРус, 2014. – 189 с. – Режим доступа: <https://www.book.ru/book/919285> [ЭБС Book.ru]
2. Бисько И. А. Организация обслуживания туристов. Tourism service organization [Электронный ресурс] : учебное пособие / И. А. Бисько, В. А. Маевская, Е. А. Паксюткина. – М. : КноРус, 2017. – 209 с. – Режим доступа: <https://www.book.ru/book/920497/view2/1> [ЭБС Book.ru]
3. Большой глоссарий терминов международного туризма / Национальная академия туризма ; [под ред. М. Б. Биржакова, В. И. Никифорова]. – М. : Герда, 2002. – 698 с.
<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:98349&theme=FEFU>
4. Дроздова Т. Ю. English Grammar. Reference and Practice [Электронный ресурс] : учебн. пособие / Т. Ю. Дроздова, А. И. Берестова., В. Г. Маилова.— Электрон. данн. – СПб. : Антология, 2013. – 464 с. – Режим доступа:

- <http://www.iprbookshop.ru/42431.html> [ЭБС «IPRbooks»]
5. Захаров В. Б. Tourism as Business [Электронный ресурс] / В. Б. Захаров. – Электрон. дан. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 207 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/884200> [ЭБС Znanium.com]
 6. Комарова А. И. Английский язык: туризм и сервис [Электронный ресурс] : учебник / А. И. Комарова, И. Ю. Окс. – Электрон. данн. – М. : КноРус, 2019. – 241 с. – Режим доступа: <https://www.book.ru/book/931061/view2/1> [ЭБС Book.ru]
 7. Миньяр-Белоручева А. П. Английский язык для работы в туризме = Working in Tourism [Электронный ресурс] : учебник для студентов, изучающих туристический бизнес / А. П. Миньяр-Белоручева, М. Е. Покровская. – Электрон. данн. – 2-е изд. – М. : Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 192 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/535189> [ЭБС Znanium.com]
 8. Миньяр-Белоручева А. П. Английский язык для работы в туризме. Working in Tourism [Электронный ресурс] : учебник / А. П. Миньяр-Белоручева, М. Е. Покровская. – 2-е изд. – М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2018. – 192 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/958977> [ЭБС Znanium.com]

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Электронная библиотека и базы данных ДВФУ .
<http://dvfu.ru/web/library/elib>
2. Электронно-библиотечная система «Лань» <http://e.lanbook.com>
3. Электронно-библиотечная система БиблиоТех.
<http://www.bibliotech.ru>
4. Электронный каталог научной библиотеки ДВФУ <http://ini-fb.dvfu.ru:8000/cgi-bin/gw/chameleon>

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

1. Microsoft Word
2. Microsoft Excel

3. Microsoft PowerPoint
4. Microsoft Publisher
5. КонсультантПлюс / Гарант

VIII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

На проработку информационного материала, подготовку к практическим занятиям, выполнение контрольных и творческих работ дисциплины «Бизнес коммуникация / Business Communication»

По дисциплине «Business Communication» учебным планом предусмотрен зачет и экзамен.

Рекомендации по планированию и организации времени, отведенного на изучение дисциплины

Планирование – важнейшая черта человеческой деятельности, один из характерных, обязательных признаков человеческого труда. Для организации сложной учебной деятельности очень эффективным является использование средств, напоминающих о стоящих перед нами задачах, их последовательности выполнения. Такими средствами могут быть мобильный телефон, имеющий программу органайзера, включающего будильник, календарь и список дел; таймеры, напоминающие о выполнении заданий по дисциплине; компьютерные программы составления списка дел, выделяющие срочные и важные дела.

Составление списка дел – первый шаг к организации времени. Список имеет то преимущество, что позволяет видеть всю картину в целом. Упорядочение, классификация дел в списке – второй шаг к организации времени.

Регулярность – первое условие поисков более эффективных способов работы. Рекомендуется выбрать один день недели для регулярной подготовки по дисциплине. Регулярность не просто позволяет подготовиться

к делу, она создает настрой на это дело, позволяет выработать правила выполнения дела (например, сначала проработка материала лекции, учебника, чтение первоисточника, затем выделение и фиксирование основных идей в тетради).

Чтобы облегчить выполнение заданий, необходимо определить временные рамки. Еженедельная подготовка по дисциплине «Business Communication» требует временных затрат. Четкое фиксирование по времени регулярных дел, закрепление за ними одних и тех же часов – важный шаг к организации времени. При учете времени надо помнить об основной цели рационализации – получить наибольший эффект с наименьшими затратами. Учет – лишь средство для решения основной задачи: сэкономить время.

По мнению специалистов по психологии, важность планирования и выполнения дел обуславливается также тем, что у нас накапливаются дела, задачи или идеи, которые мы не реализуем, откладываем на потом – все это негативно сказывается на нашем внутреннем состоянии в целом.

Важная роль в организации учебной деятельности отводится программе дисциплины, дающая представление не только о тематической последовательности изучения курса, но и о затратах времени, отводимом на изучение курса. Успешность освоения дисциплины во многом зависит от правильно спланированного времени при самостоятельной подготовке (в зависимости от специальности от 2 – 3 до 5 часов в неделю).

Аудиторные практические занятия являются базой для изучения дисциплины «Business Communication» позволяют студентам решить практическую задачу по овладению навыками устного и письменного общения на английском языке в профессиональной сфере, обогатить свои знания в области деловых коммуникаций 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 «Бизнес коммуникация» 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.

Описание последовательности действий обучающихся (алгоритм изучения дисциплины)

Начиная изучение дисциплины «Бизнес коммуникация» / «Business Communication», студенту необходимо:

– ознакомиться с программой, изучить список рекомендуемой литературы; к программе курса необходимо будет возвращаться постоянно, по мере усвоения каждой темы в отдельности, для того чтобы понять: достаточно ли полно изучены все вопросы;

– внимательно разобраться в структуре дисциплины в системе распределения учебного материала по видам занятий, формам контроля, чтобы иметь представление о курсе в целом, о лекционной и практической части всего курса изучения;

– обратиться к электронному учебному курсу загруженному на платформе MS TEAMS по дисциплине, позволяющему ориентироваться в последовательности выполнения заданий;

– переписать в тетрадь для практических занятий – темы практических (лабораторных) занятий.

При подготовке к занятиям по дисциплине «Business Communication» необходимо руководствоваться нормами времени на выполнение заданий.

Рекомендации по работе с литературой

Наиболее предпочтительна тематическая последовательность в работе с литературой. Ее можно представить в виде следующего примерного алгоритма:

– ознакомление с рабочей учебной программой и учебно-методическим комплексом дисциплины;

– изучение основной учебной литературы;

– проработка дополнительной (учебной и научной) литературы.

В ходе чтения очень полезно, хотя и не обязательно, делать краткие конспекты прочитанного, выписки, заметки, выделять неясные, сложные для восприятия вопросы. В целях прояснения последних нужно обращаться к преподавателю. По завершении изучения рекомендуемой литературы полезно проверить уровень своих знаний с помощью контрольных вопросов для самопроверки.

Настоятельно рекомендуется избегать механического заучивания учебного материала. Практика убедительно показывает: самым эффективным способом является не «зубрежка», а глубокое, творческое, самостоятельное проникновение в существо изучаемых вопросов.

Необходимо вести систематическую каждодневную работу по развитию и закреплению коммуникативных англоязычных навыков. Объем информации по курсу настолько обширен, что им не удастся овладеть в «последние дни» перед сессией, как на это иногда рассчитывают некоторые студенты.

Следует воспитывать в себе установку на прочность, долговременность усвоения знаний по курсу. Надо помнить, что они потребуются не только и не столько в ходе курсового зачета, но – что особенно важно – в последующей профессиональной деятельности.

Литература имеется в библиотеке университета.

При работе с учебной и научной литературой принципиально важно принимать во внимание момент развития. Курс «Коммуникационные навыки в туризме и гостеприимстве», как и большинство других дисциплин, не является и не может являться набором неких раз и навсегда установленных истин в последней инстанции. Наоборот, в связи с тем что дисциплина направлена на изучение иностранного языка, он постоянно развивается и совершенствуется. В нем идет диалектический процесс отмирания устаревшего и возникновения новых слов, выражений, сочетаний. В условиях ускоряющегося старения информации учебные, впрочем, как и научные, издания, далеко не всегда могут поспевать за новыми явлениями и тенденциями, порождаемыми процессом инновации. Ощутимое отставание характерно и для многих публикаций, связанных с курсом. Ведь их невозможно, даже по чисто техническим причинам, не говоря уже о других, ежегодно обновлять и переиздавать. В связи с этим в литературе по курсу студентам могут встречаться положения, которые уже не вполне отвечают новым тенденциям развития. В таких случаях следует, проявляя нужную критичность мысли, опираться не на устаревшие идеи того или другого издания, как бы авторитетно оно ни было, а на нормы, вытекающие из современных изданий, имеющих отношение к изучаемому вопросу.

Рекомендации по подготовке к экзамену (зачету)

Итоговым контролем при изучении дисциплины «Бизнес коммуникация» является зачёт. Примерный перечень вопросов к зачёту содержится в ВВ. Указанные вопросы по дисциплине обновляются на начало учебного года. Непосредственно перед сессией вопросы могут обновляться. Обновленный перечень вопросов к зачёту выдается студентам перед началом экзаменационной сессии. На зачёте студенту предлагается ответить на один – два вопроса по изученным разделам дисциплины. Цель зачёта – проверка и оценка уровня полученных студентом специальных познаний по учебной дисциплине, реагировать на дополнительные вопросы, ориентироваться в массиве дефиниций и категорий. Оценке подлежит также и правильность речи студента. Дополнительной целью итогового контроля в виде зачёта является формирование у студента таких качеств, как организованность, ответственность, трудолюбие, самостоятельность. Таким образом, зачёт по дисциплине проверяет сложившуюся у студента систему знаний по данной отрасли права и играет большую роль в подготовке будущего юриста, способствует получению фундаментальной и специальной подготовки в области управления персоналом.

При подготовке к зачёту студент должен правильно и рационально распланировать свое время, чтобы успеть качественно и на высоком уровне подготовиться к ответам по всем вопросам. Зачёт призван побудить студента получить дополнительно новые знания. Во время подготовки к зачёту студенты также систематизируют знания, которые они приобрели при изучении разделов курса. Это позволяет им уяснить логическую структуру курса, объединить отдельные темы в единую систему, увидеть перспективы развития управления персоналом.

Рекомендуемые учебники и специальная литература при изучении курса, имеются в рекомендованном списке литературы в рабочей программе по данному курсу, также их называет студентам преподаватель на первой лекции.

Студент в целях получения качественных и системных знаний должен начинать подготовку к зачёту задолго до его проведения, лучше с самого начала лекционного курса. Для этого, как уже отмечалось, имеются в учебно-методическом пособии примерные вопросы к зачёту. Целесообразно при изучении курса пользоваться рабочей программой и учебно-методическим комплексом. Также необходимо изучение практики управления персоналом.

Самостоятельная работа по подготовке к зачёту во время сессии должна планироваться студентом, исходя из общего объема вопросов, вынесенных на зачёт и дней, отведенных на подготовку к зачёту. При этом необходимо, чтобы последний день или часть его, был выделен для дополнительного повторения всего объема вопросов в целом. Это позволяет студенту самостоятельно перепроверить уровень усвоения материала. Важно иметь в виду, что для целей воспроизведения материала учебного курса большую вспомогательную роль может сыграть информация, которая содержится в рабочей программе курса.

Рекомендации по выполнению домашних заданий

1. Студенту необходимо ознакомиться с очередным тематическим заданием.

2. Выполнить задание. Для этого ознакомиться с методическими рекомендациями по выполнению данного задания, которые расположены в соответствующем разделе, или осуществить поиск материалов в электронном каталоге, или в электронных ресурсах библиотеки ДВФУ (режим доступа: <http://www.lib.dvfu.ru>).

3. Осуществить поиск дополнительного материала (при необходимости).

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

ДИСЦИПЛИНЫ

Для проведения лекций, лабораторных и практических занятий по дисциплине Школа экономики и менеджмента (корпус G) располагает кабинетами (учебная аудитория, компьютерный класс), для самостоятельной работы используется читальный зал (корпус А).

34 посадочных мест, автоматизированное рабочее место преподавателя, переносная магнитно-маркерная доска, Wi-Fi. Ноутбук Acer ExtensaE2511-30BO. Экран с электроприводом 236*147 см Trim Screen Line; Проектор DLP, 3000 ANSI Lm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330U Mitsubishi; Подсистема специализированных креплений оборудования CORSA-2007 Tuarex; Подсистема видео коммутации; Подсистема аудио коммутации и звукоусиления; акустическая система для потолочного монтажа SI 3CT LP Extron; цифровой аудио процессор DMP 44 LC Extron.

26 посадочных мест, автоматизированное рабочее место преподавателя, переносная магнитно-маркерная доска Компьютерный класс, моноблок Lenovo C360 19,5 (1600x900), Pentium G3220T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 500GB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7 Корпоративная (64- bit) (26 шт.) Экран с электроприводом 236*147 см Trim Screen Line; Проектор DLP, 3000 ANSI Lm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330U Mitsubishi; Подсистема специализированных креплений оборудования CORSA-2007 Tuarex; Подсистема видео коммутации; Подсистема аудио коммутации и звукоусиления; акустическая система для потолочного монтажа SI 3CT LP Extron; цифровой аудио процессор DMP 44 LC Extron.

Читальный зал каб. А 1002, помещение для самостоятельной работы естественных и технических наук с открытым доступом Научной библиотеки, Моноблок Lenovo C360G-i34164G500UDK – 58 шт. ЭУ0198072_ЭА-667-17_08.02.2018_Арт-Лайн Технолоджи_ПО ADOBE,

ЭУ0201024_ЭА-091-18_24.04.2018_Софтлайн Проекты_ПО ESET NOD32,
ЭУ0205486_ЭА-261-18_02.08.2018_СофтЛайн Трейд_ПО Microsoft.

В читальном зале 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, видео увеличителем 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

Для проведения лекционных занятий необходима аудитория, оснащенная мультимедийным проектором.

Для проведения лабораторных занятий - аудитория, оснащенная мультимедийным проектором, персональными компьютерами на рабочих местах студентов с выходом в Интернет и установленным программным обеспечением (как минимум – Microsoft Office, Консультант Плюс / Гарант).

ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

I. Текущая аттестация по дисциплине «Business Communication»

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Business Communication» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Business Communication» проводится в форме контрольных мероприятий (защиты практической/контрольной работы, реферата, эссе, тестирования — указать то, что используется в таблице выше) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

Оценочные средства для текущего контроля

Собеседование (Опрос) Вопросы для собеседования

Customer care success

Informational material for the discussion: Customer surveys. Review of customer surveys in different industries of Great Britain. Recent age 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, mis-deliveries, erroneous charge of payments and taxes. Advice services.

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

Informational material for the discussion: 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.

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

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.

Требования к представлению материалов:

1.General requirements: Knowledge of common and business lexical materials. Communication skills enabling a) understanding of authentic sounding speech, b) modelling and producing (*unprepared speech*) conversations on certain business

and common topics, c) modelling and producing (*unprepared speech*) monologues
 d) fulfilling professional tasks both in oral (face to face, telephone and electronic) and written communication.

2. Oral Communication: Ability a) to read out loud and silently b) comprehend the information in texts and authentic speech c) take part in conversations and discussions, expressing and advocating one's own viewpoint d) understand and react to the customers' requests and demands e) solve problems and settle claims f) negotiate the contracts etc. using correct phonetical, lexical, grammar, structure and style forms.

3. Written Communication: Ability a) to read and understand messages b) model and produce written messages, letters, reports, essays etc. using well-structured written pieces to express clear and complete contents of adequate style and language (correct spelling, grammar and structure)

Критерии оценки результатов обучения:

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно- правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно	100 - 86
базовый	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	85-76

	Допущены одна-две ошибки в оформлении работы	
пороговый	Студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы	75-61
уровень не достигнут	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.	60-0

Дискуссия

Classroom discussion

Example of activities.

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 programmers 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 programs for schools.

Custom tours 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 deluxe 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-center 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.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.	100 - 86
базовый	Ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.	85-76
пороговый	Ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.	75-61
уровень не достигнут	Ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.	60-0

Примерные темы эссе (рефератов, докладов, сообщений)

Цели:

- развитие навыков краткого изложения материала на английском языке 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 (английским) языком.

Exemplary Themes for Essays, Reports, Reviews and Presentations

1. Tourism as the Force of Change. Positive and negative tendencies of the development.
2. NTOs. Illustrations of the activities in different countries.
3. E- travel.
4. Customer-centered call centers
5. Customer care success. Customer care businesses and jobs.
6. Meeting Dos and Don'ts.
7. Co-Creation in tourism and hospitality.
8. Principles of Effective Communication.
9. How quality in tourism and hospitality can be measured
10. The Impacts of Tourism.
11. Projects and Volunteerism.
12. Systems and Services.
13. Innovations.

Требования к содержанию и структуре эссе (рефератов, докладов, сообщений)

Реферат (от лат. *refero* — 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 выводением 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.

Презентации

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.

Exemplary Themes for Presentations

(Тематика презентаций):

1. At a Trade Fair.
2. Quality in tourism.
3. Steps for winning customers in your presentations.
4. Complaint strategy and policy.
5. Explaining company policy.
6. Reputation of a hotel and staff performance.
7. Teamwork.
8. Empowerment and rewards as tools to improve staff performance.
9. HR (Human resources) management.
10. The Structure of the Accommodation Industry.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	<p>Ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.</p>	100 - 86
базовый	<p>Ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.</p>	85-76
пороговый	<p>Ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.</p>	75-61
уровень не достигнут	<p>Ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.</p>	60-0

