

Составитель: доцент *Н.Е. МЕДВЕДЕВА*

ДЕЛОВОЙ АНГЛИЙСКИЙ

Программа общего курса

Для магистрантов, обучающихся по специальности
СВЯЗИ с ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Данный практический курс предназначен для студентов 2 курса, продолжающих обучение в магистратуре факультета иностранных языков и регионоведения.

Процессы глобализации и интеграция России в глобальное пространство, углубление межгосударственных и деловых контактов на разных уровнях, повысили прагматическую значимость владения иностранными языками и поставили перед отечественными вузами задачу подготовки специалиста нового типа: компетентного, конкурентоспособного на рынке труда, готового к постоянному профессиональному росту и социальной мобильности. Сегодня нет сомнения в том, что ряд деловых качеств будущего специалиста включает помимо обязательного знания основ иностранного языка умения и навыки эффективного делового общения. Основной задачей эффективного делового общения является достижение цели. Достижение поставленной цели требует широкой компетенции, включающей обширный пласт знаний из самых различных областей. Таким образом, эффективное деловое общение требует понимания не только того, как, но и что необходимо сказать в каждом конкретном случае.

Поскольку область функционирования связей с общественностью в обществе многогранна, неизбежно встает вопрос о профессионально-коммуникативной компетенции ПР-специалиста.

Связи с общественностью как наука об управлении общественным мнением развилась из взаимоотношений бизнеса и той среды, в которой он функционирует. Действуя в условиях жесткой конкуренции, бизнес не только опирается на глубокий анализ целевой аудитории, но и уделяет большое внимание информационному обслуживанию своих собственных служащих. Другой характерной особенностью бизнеса является тот факт, что он стремится развиваться в благоприятной для себя среде и не допускает неуправляемых процессов. Именно поэтому знание основных рычагов воздействия на внешнюю и внутреннюю аудиторию и механизмов управления общественным мнением составляет основу профессиональной компетенции ПР-специалиста.

В практике связей с общественностью роль речи как инструмента управления чрезвычайно важна. Несмотря на то, что существующие программы по иностранному языку ориентированы на

совершенствование всех четырех навыков владения иностранной речью, ощущается необходимость в специальном курсе, развивающем у студентов умение сочетать функции сообщения, общения и воздействия с целью создания речевых произведений, с целью гармонизации интересов организации с интересами тех, от кого зависит ее развитие.

Вышеизложенное делает включение курса «Английский язык для делового общения» в программу подготовки специалистов по связям с общественностью вполне оправданным и актуальным.

В задачу курса входит:

- сформировать у студентов четкое представление о структуре делового мира, традициях ведения международного бизнеса с учетом особенностей национальных культур;
- ознакомить студентов с разновидностями и особенностями каналов коммуникации в бизнес организации;
- обучить студентов навыкам общения для установления и поддержания деловых контактов и отношений с внешней и внутренней аудиторией бизнес организации;

По окончании курса студенты должны

- знать ключевые понятия и термины, отражающие основные аспекты делового мира и управления бизнесом;
- уметь выстраивать собственную коммуникативную стратегию и тактику поведения в соответствии с требованиями деловой ситуации;
- уметь применять полученные знания и навыки для анализа деловой ситуации и осуществления стратегического планирования.

СТРУКТУРА КУРСА И ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ

Курс рассчитан на 152 часа, из которых 122 часа приходится на аудиторные занятия с интенсивностью 4 часа в неделю, и 30 часов отводится на проектные работы. Курс состоит из последовательных модулей.

Основной методической базой является коммуникативный подход к обучению, основанный на принципе “learning by doing”- обучение через деятельность. В курсе используются деловые интерактивные игры, имитации (simulations), стимулом для осуществления которых является деловая ситуация (case-study). Метод “case study” весьма эффективен, поскольку позволяет создать ситуации, приближенные к реалиям деловой жизни. Во время интерактивных деловых игр студенты отрабатывают умения выражать различные коммуникативные намерения и выстраивать собственную модель поведения в различных ситуациях делового общения. Наряду с вышеупомянутыми методами обучения в курсе используется метод учебных проектов. Несмотря на то, что проект выступает как средство контроля, его выполнение не является самоцелью. Целью проектных работ является усилить творческое начало учебной деятельности студентов, развить в них ответственность за собственное обучение, стимулировать стремление к профессиональному

самосовершенствованию через самостоятельную исследовательскую работу.

Обучение четырем видам речевой деятельности осуществляется в их взаимной связи с учетом специфики каждого из них. Управление процессом достигается четко сформулированной задачей на каждом этапе обучения. Определяющим фактором в установлении уровня владения тем или иным видом речевой коммуникации является практическое владение английским языком для достижения конкретных задач.

Чтение

Совершенствование навыков чтения на английском языке в сфере деловой коммуникации предполагает умение читать оригинальную литературу, опираясь на изученный материал, фоновые и профессиональные знания.

Виды чтения: просмотровое, ознакомительное, изучающее. Обучающиеся должны овладеть всеми видами чтения литературы и научиться извлекать основную информацию, содержащуюся в тексте, проводить обобщения, излагать прочитанный материал.

В качестве форм контроля понимания прочитанного в зависимости от вида чтения используются различные виды задания, а именно подробное или краткое изложение прочитанного, ответы на вопросы, беседы и дискуссии по прочитанным темам. Данный вид работы помогает студентам овладеть лексикой, терминологией, фразеологией и основными понятиями, отражающими основные аспекты и особенности современного делового мира и деловой культуры.

Говорение и Аудирование

Для достижения профессиональной направленности устной речи навыки аудирования и говорения развиваются во взаимосвязи и взаимодействии. Основное внимание уделяется коммуникативности устной речи: содержательности, мотивированности, адекватной реализации коммуникативного намерения, логичности, связанности, смысловой и структурной завершенности высказывания. Студенты должны уметь владеть подготовленной, а также неподготовленной монологической речью; диалогической речью в ситуациях неформального общения (socializing), делового разговора по телефону, интервью; участвовать в беседе (полилог), включая производственные совещания и деловые переговоры.

В качестве форм контроля уровня владения данным видом речевой коммуникации проводятся деловые интерактивные игры, позволяющие студентам не только научиться выстраивать личную стратегию делового поведения, но и отработать тактические навыки достижения поставленных целей и задач, а именно, навыки аргументации,

пояснений, возражений, выводов, оценки явлений, вопросов, просьб и т.д.

Письмо

Особое внимание уделяется совершенствованию такого навыка как понимание на слух деловых бесед, лекций и интервью по указанным темам и умение конспектировать устную речь на английском языке с целью последующего обобщения и изложения услышанного.

Студентам также предлагается большое количество упражнений, таких как подстановка, перефразирование, трансформация, поиск синонимов/ антонимов, направленных на закрепление лексики и терминологии и повторения грамматики. Перевод с русского языка на английский язык и с английского языка на русский используется и как способ закрепления тематической лексики, бизнес терминологии и грамматического материала, и как одно из средств контроля знаний студентов.

ТЕКУЩИЙ И ИТОГОВЫЙ КОНТРОЛЬ

Текущий контроль осуществляется в течение семестра в виде тестов и контрольных работ. Итоговый контроль имеет форму экзамена, который проводится в конце зимнего семестра и по окончании обучения. Семестровый экзамен состоит из письменной итоговой контрольной работы и устного экзамена.

Содержание устного промежуточного экзамена

1. устно изложить любую пройденную тему (выбор по билетам) и побеседовать с преподавателем по данной теме на английском языке.
2. изучить и проанализировать деловую ситуацию (case-study) и выполнить задания, связанные с данной ситуацией.

Содержание итогового экзамена

Экзамен состоит из письменной части – итоговая контрольная работа – и устного ответа на два вопроса:

1. устно изложить любую пройденную тему (выбор по билетам) и побеседовать с преподавателем по данной теме на английском языке.
2. изучить проблему, содержащуюся в деловой ситуации (case-study) и выступить с презентацией собственного решения проблемы. Или проанализировать кризисную ситуацию с учетом моральных и этических норм и предложить способы преодоления кризиса.

ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

№ п/п	Тема	Аудиторные часы	Проектные работы	Контр. работы
	Зимний семестр			

1.	Модуль 1	6		
2.	Модуль 2	6		
3.	Модуль 3	8		
	Проектная работа		10	
4.	Модуль 4	6		
	Контрольная работа			2
5.	Модуль 5	8		
6.	Модуль 6	6		
	Проектная работа		10	
7.	Модуль 7	8		
8.	Модуль 8	10		
	Контрольная работа			2
			Весенний семестр	
9.	Модуль 9	8		
10.	Модуль 10	10		
11.	Модуль 11	8		
	Контрольная работа			2
12.	Модуль 12	10		
	Проектная работа		10	
13.	Модуль 13	10		
14.	Модуль 14	10		
	Контрольная работа			2
	ВСЕГО	114	14	8

СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Модуль 1. Организационная структура делового мира. Деловая активность и государственное регулирование. Распределение кадровых, материальных и финансовых ресурсов.

Модуль 2. Предпринимательская деятельность. Формула успеха предпринимателя.

Модуль 3. Организационно-правовые структуры бизнеса. Преимущества и возможности малого и среднего бизнеса. Бизнес план.

Модуль 4. Семейный бизнес: особенности, возможности, преимущества и риски. Наследование и передача семейного бизнеса.

Модуль 5. Система внутреннего управления бизнес организации. Основные типы структурной организации фирмы. Взаимодействие подразделений. Формальные и неформальные каналы организационного

общения. Управление информационными потоками. Централизованная и децентрализованная формы управления.

Модуль 6. Оценка стратегической деятельности организации. Стратегическое планирование. Ситуационный анализ – SWOT анализ.

Модуль 7. Понятие «корпоративная культура» и основные атрибуты культуры. Факторы, способствующие формированию и поддержанию корпоративной культуры. Зависимость деятельности компании от корпоративной культуры. Отличительные признаки корпоративной культуры в зависимости от типа компании и национальной принадлежности.

Модуль 8. Особенности процесса глобализации. Структура международного бизнеса. Преимущества и возможности транснациональных корпораций. Корпоративная стратегия ТНК: поглощения, слияния, совместные предприятия.

Модуль 9. Корпоративная и национальная культуры ТНК. Развитие межкультурной компетенции – залог успеха в современном многокультурном мире. Навыки необходимые для успешной деятельности менеджера международного уровня.

Модуль 10. Понятие брэнда. Индивидуальность брэнда. Управление корпоративным брэндом. Позиционирование. Core Competence. Наиболее типичные ошибки, допускаемые специалистами по брэнду.

Модуль 11. Понятие рынка и маркетинговая структура. Цель маркетинга. Потребительская аудитория и сегментация рынка. Маркетинговый процесс. Marketing Mix.

Модуль 12. Бизнес-реклама. Роль, функции и задачи бизнес рекламы. Механизм воздействия рекламы (принцип AIDA). Каналы коммуникации рекламных сообщений. Характерные черты национальной и международной рекламы. Специфические трудности в международной рекламе.

Модуль 13. Бизнес и общество. Вопросы охраны окружающей среды и социальная ответственность бизнеса. Моральные и этические нормы деятельности бизнес организации. Бизнес в 21 веке.

Модуль 14. Кризис как конкурентное преимущество. Идентификация областей риска. Управление с целью предотвращения кризисов. Управление в условиях кризиса.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ КУРСА.

Обязательная литература:

1. David Cotton, David Falvey, Simon Kent, Market Leader, Longman, 2000.
2. Guy Brook-Hart, Business Benchmark, Cambridge University press, 2007.
3. David Cotton, Sue Robbins, Business Class, Longman, 1997.
4. David Cotton, International Business Topics, Longman, 1997.
5. Pamela Pickford, Richard Crowe, Video, Business Leader Briefings.
6. Renee Huggett, Business Case Studies, Cambridge University Press, 1997.
7. O'Driscoll., A. Pilbim. Professional English. (Giving Presentations, Meetings, Negotiations.)
8. Pamela Pickford, Video, Alliance, Market Leader.
9. BEC Higher 2, Cambridge Books for Cambridge Exams, Cambridge University Press, 2004.

Дополнительная литература:

1. Michael Lannon, Graham Tullis, Tonya Trappe, Insights into Business, Longman, 1997.
2. Leo Jones, Richard Alexander, New International Business English, Cambridge University Press, 1996. Student's book, Video.
3. John Crowther-Alwyn, Business Roles, Cambridge University Press, 1997.
4. Frances Boyd, Making Business Decisions, Real Cases from Real Companies, Longman, 1994.
5. Laura M. English, Sarah Lynn, Business Across Cultures, Effective Communication Strategies, Longman, 1995.
6. Bill Mascull, Business Vocabulary in Use, Cambridge University Press, 2004.

ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ЭКЗАМЕНАЦИОННЫХ ВОПРОСОВ

1. Why are so many companies rethinking their environmental responsibilities now?
2. What is the main purpose of advertising? How can this purpose be achieved?
3. What are the main advantages for of the corporate branding tool kit for companies?
4. How can corporate brand help companies to stand out from competitors? Why do managers often fail to create a strong corporate brand?
5. What does marketing ethics depend on? What examples of unethical marketing can you give?
6. In the European community the law says that polluters are strictly liable for the damage they cause and must clean it up. What problems might arise with enforcing this law?
7. What could increase the effectiveness of advertising? Discuss advantages and disadvantages of using famous people in advertising.
8. What is a corporate culture? What makes it a competitive weapon?
9. Why do companies need corporate strategy? What is SWOT? Why is it important?
10. High principles and business success are incompatible. Discuss.
11. What are the benefits of globalization to multinationals and to host countries? What threat does development of multinational pose?
12. The presence of a competitor is always beneficial to a company. Competition forces a company to change itself in ways that improve its practices. Discuss the extent to which you agree or disagree with the following opinion.
13. What challenges does company going global face today? How can it globalise effectively?
14. Should there be any ethical constraints in creating and promoting a product? If so, what are they? Use examples to support your answer.

Урок 1. Doing Business in English

Text 1 Types of cultures

Text 2 The lingua franca of the Business world.

Text 3 National stereotypes

Термины

Globalization, global culture, national culture, cultural stereotype; cultural identity; export; human resource manager; native speakers; negotiations; presentations; a needs analysis; reports; socializing; joint venture; “low-context” and “high-context” cultures; marketing.

Обязательная лексика

An international environment; the business world; to promote staff; to overcome problems; business communication/ interaction; person’s functions within the company; language skills; success of a deal; face-to-face encounters; to get on with people from other countries; sensitivity to cultural differences/dimensions; to suit local needs; to build up a relationship with partner; to get down to business; to clinch a deal; short-term profit; long-term strategic concerns; to avoid risks and conflicts; to adapt products and services.

Questions for discussion

1. Are there differences between the social and business behavior?
2. Do national generalizations serve any useful purpose? If so, what?
3. Why is it important to be aware of cross-cultural differences when operating internationally?
4. In what way do different attitudes to space and time affect business communication between international companies/ adduce examples.
5. Suggest some practical tips for any foreign businessman who has to do business with the Russians.

Урок 2. The background to business activity

Text 1 The sectors of Business Activity.

Text 2 Private organizations and Public Enterprises

Text 3 Risky Business

Термины

Supply and demand; output; profit; enterprise; entrepreneur; capital; needs; organization; goods and services; renewable resources; consumer goods; business activity; retailing; labour; land; an agent; a broker; a dealer; a distributor; a return on capital.

Обязательная лексика

To manage the resources; the best utilization of resources to meet target; to provide services; unprofitable services; to provide for material and commercial wants; to make workers redundant; to grow continually; to ensure survival; highly competitive environment; the growth of the company; to take the risk; to start business; the dynamics of the economy; to profit at the expense of; to invest in markets; to satisfy society’s desire for defense; to improve the image of the company.

Questions for discussion

1. What is the aim of business activity?
2. Which sectors of business activity are the most important for the economy?
3. What type of business activity is privately owned? Give examples of private business organizations?
4. What are the main differences between two types of business organizations?

5. What are the characteristics of an entrepreneur? Would you say entrepreneurs are born or made?

Урок 3. Legal structure of business

Text 1 The sole trader and partnership.

Text 2 Incorporation and legal personality.

Text 3 Co-operative organization.

Термины

Fledging enterprise; mission; market niche; copyright infringement; trademark; profit margin; income; sole proprietorship; a pass-through entity; employee; license; assets; fringe-benefits; shareholders; shares; ordinary partnership; sleeping partners; the private limited company; the public limited company.

Обязательная лексика

To have legal responsibility for the conduct of business; to set up a business; to offer services to consumer; the establishment of the business; to sue the business to incur debts; to pay debts from the assets of business; to pay company's obligations; to enjoy tax free fringe benefits; to be jointly owned by smb.; to draw up a legal document; to outline the rights and duties; a separate legal entity; to have unlimited liability for the debts of business; to contribute money; to share the decision-making; to be consulted about the decisions; to be legally binding on smb.; to run/manage the business; a divorce of ownership and control; to delegate the control of smth. to smb.; to force business to liquidation; to exercise control over the running of the business.

Questions for discussion

1. Identify the possible advantages that allow small Business to be competitive.
2. Identify special contributions of Small Business to society.
3. Discuss the relative merits of the three major legal forms of business.
4. In which sectors of economy is Small Business most important?
5. What are some of the costs of business failure?

Урок 4. Franchising opportunities

Text 1 A brief guide to franchises

Text 2 All the fun of the franchising

Text 3 Financing your own business

Термины

Premises; method; format; operation manual; stock; contract; outlet; franchisee; franchisor; franchise; master franchising; balance sheet; equity; cash flow statement; liquidity; current asset; fixed asset turnover; return on equity; physical capital; financial capital; economies of scale.

Обязательная лексика

To sell franchise to the business format; to provide advice; to carry on advertising and marketing product name; to examine the accounting records; at the end of the contract; to buy a license from franchisor; to use corporate design; a percent of gross sales; local promotion; to offer advantages; to take advantage of successful business practices; to invade the country via franchise method; local partner; local market expertise; to ensure lower risk; to be about to do smth.

Questions for discussion

1. What makes franchising different from other forms of business?
2. What are the implications and constraints between the franchisee and franchisor? What are the principle advantages for both parties?

3. What opportunities does franchise offer?
4. What external finances are available to business?
5. Why is lending to a small business is likely to be more risky than lending to a larger business?

Урок 5. The organization and management of business.

Text 1 Business organizational structure

Text 2 Formal organization

Text 3 Delegation and centralization.

Термины

Board of Directors; team; departments; formal structure; personnel; hierarchical chart; levels of authority; communication channels; matrix structure; functional structure; hierarchy; delegation; centralization; decentralization; duties and responsibilities; CEO; top management; middle management; work force; subordinates; superior.

Обязательная лексика

To be divided into manageable sections or departments; to impose structure on business; to pass instructions down lines; to carry out policy decisions; to duplicate functions; to break down the vertical walls; to fatten the organization; to remove barriers and impediments; to give sense of direction; to control the work of the people; to coordinate team work; to discipline and manage people; to set/decide aims; to get the best from employees; to supervise subordinates; to pass tasks down to subordinates.

Questions for discussion

1. Why are business organizational structures important?
2. What is the role of the Board of Directors?
3. What is the difference between strategic and tactical decisions?
4. What kind of management structure will tomorrow's companies need?
5. What are the advantages of removing barriers in an organization?

Урок 6. Managers vs Leaders. Are they born or made?

Text 1 The art of Management.

Text 2 Motivation

Text 3 Managing people of different nationalities.

Термины

To plan; to organize; to analyze; to motivate; to measure; to develop; strategy; tactics; plan; satisfiers; motivators; wage salary; promotion; empathy; disciplinary action; meritocracy; managerial expertise; cultural management attitudes.

Обязательная лексика

To allocate resources of people and money; to perform the jobs; to communicate objectives to people; to measure the performance of staff; to pay and promote people; to achieve/attain objectives; to coach people; to learn from mistakes; valuable asset; to let people take responsibility for their decisions; to motivate by financial package; to transfer within company; promotion by seniority; a policy of lifetime employment; to feel devotion/intense loyalty to company; to stay on after work; to work overtime; to train for new duties; to pin-point responsibilities for mistakes.

Questions for discussion

1. What are the benefits and drawbacks of allowing employees to participate in the decision-making process?
2. What responsibilities do employees and managers have towards each other?

3. What are the main differences between managers and leaders?
4. What factors motivate people in their jobs?
5. Speak on the different approaches to salaries and promotion in Oriental and Western companies.

Урок 7. Company's personality

Text 1 Corporate identity

Text 2 Corporate culture

Text 3 Corporate strategy

Термины

Philosophy, advertising, logo, brand, brief, impact, competitive advantage, identity, design, SWOT analysis, merger, acquisition, diversification, outsourcing.

Обязательная лексика

Internal and external factors, to give an extra boost, organic growth, international dimension of expansion, technical developments, an integral part of success, to project image, the public's and staff attitude towards company, to stand for, to be good employer, to be socially responsible, to maintain a responsible attitude to society and the environment; a properly managed and distinctive identity, to give competitive advantage.

Questions for discussion

1. What factors play an important role in creating company's identity?
2. What is the correlation between corporate culture and company's success?
3. What makes corporate culture a competitive weapon?
4. Why do companies need corporate strategy? Why is it so important for a company to complete a SWOT analysis?
5. What is the correlation between management styles and corporate culture?

Урок 8. Globalization

Text 1 The third age of globalization

Text 2 Three eras of multinational

Термины

A synergy, a takeover bid, integration, to grow organically, globalization, trade, multinationals, exports.

Обязательная лексика

Multinational accounts, to act as one unit world economy, to shape business around buyer's needs, foreign exchange markets, to increase by natural growth, to remove trade barriers, telecommunications industry, to become global, to be positioned in the market place, to be suited to globalization, to invest overseas, to invest heavily, the manufacturing presence, government hostile stance, distribution channels, economic downturn, to cut back on investments, the contradictions of global companies.

Questions for discussion

1. What is understood by "global organization"?
2. What is the difference between a multilocal, local and multinational company? Give examples.
3. Which types of a company are most or least suited to globalization?
4. Do you think global companies have too much power?
5. What challenges does a company going global face today?

Урок 9. Corporate Brand

Text 1 Are the strategic stars aligned for your corporate brand?

Text 2 What a corporate brand can do for you.

Text 3 A brand new world.

Термины

Trademark, brand, values, brand image, consumer, promotion, a brand-switcher, multi-brand strategy.

Обязательная лексика

To build up a brand, to promote a product, brand-stretching, taking brand down market, valuable asset, value for money, price promotion, customer's loyalty, brand awareness, promotion campaign, premium brand, market share, core competence, best-selling product, to provide financial gains

Questions for discussion

1. What is a brand? What are the benefits of building up a strong brand?
2. Is it dangerous to "take a brand down market"?
3. What benefits can brand stretching bring?
4. What is core competence? What is the role of a company's brand name and core competence in creating its corporate identity?
5. When and why does a corporate brand not make sense?

Урок 10. Global Marketing

Text 1 Marketing mix

Text 2 Marketing ethics

Text 3 Global marketing

Термины

Distribution channels, market research, market segmentation, packaging, point of sale, product concept, marketing mix, 4Ps.

Обязательная лексика

To anticipate consumers' needs, to meet needs, competing products or services, target customer, to satisfy changes in market conditions, selling concept, to identify target market, to monitor the competitor, to identify market opportunities, to enter the market.

Questions for discussion

1. How is marketing defined? How can a company promote a new product?
2. What are the basic aspects of market research?
3. Why are companies turning to global marketing?
4. Do you think global marketing can affect local culture? If so, how?
5. What do marketing ethics depend on? Give example of unethical marketing.

Урок 11. Advertising

Термины

Word-of-mouth advertising, advertising agency, advertising budget, brief, a media plan, commercials, comparative-parity method,

Обязательная лексика

To persuade to buy, the benefits of product, to rely on quality, to build up reputation, to buy media space, the objectives of advertising campaign, to communicate the message to target

audience, to develop a media plan, to specify the media to be used, to be pre-tested in different media, the threshold effect, the purchasing frequency, to increase current sales

Questions for discussion

1. What is the main purpose of advertising? How can this purpose be achieved?
2. Discuss the advantages and disadvantages of using famous people in advertising?
3. What could increase the effectiveness of TV commercials?
4. What makes pan-European advertising difficult? What makes it “universal”?

Урок 12. Corporate Responsibility of Business

Text1 Environmental issues

Text 2 Business ethics.

Термины

Eco-efficiency, natural capital, man-made capital, non-renewable resources, ecology, emission, environmentalists, polluters, waste, disposal, job-generating, recycling.

Обязательная лексика

To become more widely accepted, to give official support or backing, to be morally wrong or bad, “a good corporate citizen”, to take a public stance against animal testing, to maintain a healthy environment, to work on different time scales, to be environmentally aware, to pay for the costs of caring for the environment, to damage the environment, to ban testing on animals, to take on an extremely important dimension.

Questions for discussion

1. Why are many companies rethinking their environmental responsibilities now?
2. What are some costs and benefits of caring for the environment?
3. How can company be a “good corporate citizen”? What are the benefits that result from “being good corporate citizen”?
4. The business main responsibility is to create wealth. Discuss to what extent you agree with the statement.
5. High principles and business success are incompatible. Comment on the statement.

Урок 13. Banking

Термины

Cash card, cash dispenser, credit card, loan, mortgage, overdraft, investments banks, commercial banks, stock broking firms, deposit, central bank, discount rate, foreign currencies, lending rate, trade deficit.

Обязательная лексика

To guarantee payment for goods and services purchased, to withdraw money, to check the balance, to pay interest on a fixed sum of money, to lent for a specific purpose, to buy property, to serve as a security for a loan, to do baking transactions, to trade in money, to receive and hold deposits, to charge commission for the services, to determine the lending rate for national currency.

Questions for discussion

1. How can companies raise more capital to expand their business?
2. What is the role of banks? What are the main services a bank should provide?
3. Is it desirable that the banks in a country should be state-owned? Give the reasons for the answer.
4. What is the major reason why businesses offer credit to their customers?

5. What are the strengths and weaknesses of the banking system in Russia?

Урок 14. Business and the Role of Government

Термины

Social security, education, health care, working conditions, defense, public transport, traffic regulations, taxes, balance of trade, barter, dumping, quotas, tariffs, balance of payment comparative advantage, export, import, non-tariff barriers.

Обязательная лексика

The areas of state actions, market system, a public responsibility, to have essential functions, to invest for short-run return, to depend heavily on public investments, expanded role of government in the economy, to impose limitations on economic freedom, to get a licence from government, to conform to rules and regulations laid by government, to receive permission from government official, to protect strategic industries, to earn foreign currency to pay for imports, to achieve economies of scale, to set a limit to imports, to encourage international trade, to impose tariff barriers to protect infant industries, to open up to international trade.

Question for discussion

1. How and to what extent can government influence the business sector?
2. What are the main social and economic objectives the government is trying to achieve through its regulation of business?
3. Too much governmental regulation is bad for business. Do you agree or disagree with the statement?
4. In your view what is the ideal relationship between government and business.
5. Why do most governments impose tariffs and/or quotas?
6. Is protectionism undesirable?

Урок 15 Family Business.

Термины

Обязательная лексика

СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Тема 1. Структура делового мира. Деловая активность. Бизнес и государственное регулирование. Распределение финансовых, природных и человеческих ресурсов.

Термины

Supply and demand; output; profit; enterprise; entrepreneur; capital; needs; organization; goods and services; renewable resources; consumer goods; business activity; retailing; labour; land; an agent; a broker; a dealer; a distributor; a return on capital; social security, education, health care, working conditions, defense, public transport, traffic regulations, taxes, balance of trade, barter, dumping, quotas, tariffs, balance of payment comparative advantage, export, import, non-tariff barriers.

Тема 2. Организационно правовые структуры бизнеса. Возможности и риски малого и среднего бизнеса. Франшиза.

Термины

Fledging enterprise; mission; market niche; copyright infringement; profit margin; income; sole proprietorship; a pass-through entity; license; assets; fringe-benefits; shareholders; shares;

ordinary partnership; sleeping partners; the private limited company; the public limited company, premises; method; format; operation manual; stock; contract; outlet; franchisee; franchisor; franchise; master franchising; balance sheet; equity; cash flow statement; liquidity; current asset; fixed asset turnover; return on equity; physical capital; financial capital; economies of scale.

Обязательная лексика

To sell franchise to the business format; to provide advice; to carry on advertising and marketing product name; to examine the accounting records; at the end of the contract; to buy a license from franchisor; to use corporate design; a percent of gross sales; local promotion; to offer advantages; to take advantage of successful business practices; to invade the country via franchise method; local partner; local market expertise; to ensure lower risk; to be about to do smth.

Тема 3. Управление бизнес организацией (методы коммуникативно-управленческого влияния). Принципы научного менеджмента. Мотивация сотрудников и принятие решения в компании.

Термины

To plan; to organize; to analyze; to motivate; to measure; to develop; strategy; tactics; plan; satisfiers; motivators; wage salary; promotion; empathy; disciplinary action; meritocracy; managerial expertise; cultural management attitudes.

Обязательная лексика

To allocate resources of people and money; to perform the jobs; to communicate objectives to people; to measure the performance of staff; to pay and promote people; to achieve/attain objectives; to coach people; to learn from mistakes; valuable asset; to let people take responsibility for their decisions; to motivate by financial package; to transfer within company; promotion by seniority; a policy of lifetime employment; to feel devotion/intense loyalty to company; to stay on after work; to work overtime; to train for new duties; to pin-point responsibilities for mistakes.

Тема 4. Организационная структура компании. Основные типы структурной организации компании. Взаимодействие подразделений.

Термины

Board of Directors; team; departments; formal structure; personnel; hierarchical chart; levels of authority; communication channels; matrix structure; functional structure; hierarchy; delegation; centralization; decentralization; duties and responsibilities; CEO; top management; middle management; work force; subordinates; superior.

Обязательная лексика

To be divided into manageable sections or departments; to impose structure on business; to pass instructions down lines; to carry out policy decisions; to duplicate functions; to break down the vertical walls; to fatten the organization; to remove barriers and impediments; to give sense of direction; to control the work of the people; to coordinate team work; to discipline and manage people; to set/decide aims; to get the best from employees; to supervise subordinates; to pass tasks down to subordinates.

Тема 5. Корпоративная культура организации. Поведение и оценка деятельности организации. Стратегическое планирование.

Термины

Philosophy, advertising, logo, brand, brief, impact, competitive advantage, identity, design, SWOT analysis, merger, acquisition, diversification, outsourcing.

Обязательная лексика

Internal and external factors, to give an extra boost, organic growth, international dimension of expansion, technical developments, an integral part of success, to project image, the public's and staff attitude towards company, to stand for, to be good employer, to be socially responsible, to maintain a responsible attitude to society and the environment; a properly managed and distinctive identity, to give competitive advantage.

Тема 6. Управление торговой маркой. Индивидуальность торговой марки. Типичные ошибки, допускаемые специалистами по брэнду.

Термины

Trademark, brand, values, brand image, consumer, promotion, a brand-switcher, multi-brand strategy.

Обязательная лексика

To build up a brand, to promote a product, brand-stretching, taking brand down market, valuable asset, value for money, price promotion, customer's loyalty, brand awareness, promotion campaign, premium brand, market share, core competence, best-selling product, to provide financial gains.

Тема 7. Конкуренция, понятие рынка и маркетинговая структура. Marketing Mix. Целевая аудитория и сегментация рынка. «Жизненный цикл» товара.

Термины

Distribution channels, market research, market segmentation, packaging, point of sale, product concept, marketing mix, 4Ps.

Обязательная лексика

To anticipate consumers' needs, to meet needs, competing products or services, target customer, to satisfy changes in market conditions, selling concept, to identify target market, to monitor the competitor, to identify market opportunities, to enter the market.

Тема 8. Бизнес-реклама: особенности и характерные черты национальной и международной рекламы. Этика в рекламе.

Термины

Word-of-mouth advertising, advertising agency, advertising budget, brief, a media plan, commercials, comparative-parity method,

Обязательная лексика

To persuade to buy, the benefits of product, to rely on quality, to build up reputation, to buy media space, the objectives of advertising campaign, to communicate the message to target audience, to develop a media plan, to specify the media to be used, to be pre-tested in different media, the threshold effect, the purchasing frequency, to increase current sales.

Тема 9. Структура международного бизнеса, особенности процесса глобализации. Деятельность транснациональных корпораций. Особенности коммуникации в ТНК и управления в мультикультурной среде.

Термины

A synergy, a takeover bid, integration, to grow organically, globalization, trade, multinationals, exports, globalization, global culture, national culture, cultural stereotype; cultural identity; export; human resource manager; native speakers; negotiations; presentations; a needs analysis; reports; socializing; joint venture; "low-context" and "high-context" cultures; marketing.

Обязательная лексика

Multinational accounts, to act as one unit world economy, to shape business around buyer's needs, foreign exchange markets, to increase by natural growth, to remove trade barriers, telecommunications industry, to become global, to be positioned in the market place, to be suited to globalization, to invest overseas, to invest heavily, the manufacturing presence, government hostile stance, distribution channels, economic downturn, to cut back on investments, the contradictions of global companies.

Тема 10. Бизнес и общество: социальная ответственность бизнеса. Моральные принципы и этические нормы поведения бизнес организации.

Термины

Eco-efficiency, natural capital, man-made capital, non-renewable resources, ecology, emission, environmentalists, polluters, waste, disposal, job-generating, recycling.

Обязательная лексика

To become more widely accepted, to give official support or backing, to be morally wrong or bad, "a good corporate citizen", to take a public stance against animal testing, to maintain a healthy environment, to work on different time scales, to be environmentally aware, to pay for the costs of caring for the environment, to damage the environment, to ban testing on animals, to take on an extremely important dimension.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ КУРСА

1. David Cotton, Sue Robbins, Business Class, Longman, 1997.
2. David Cotton, International Business Topics, Longman, 1997.
3. Michael Lannon, Graham Tullis, Tonya Trappe, Insights into Business, Longman, 1997.
4. Leo Jones, Richard Alexander, New International Business English, Cambridge University Press, 1996. Student's book, Video.
5. Pamela Pickford, Richard Crowe, Video, Business Leader Briefings.
6. Renee Huggett, Business Case Studies, Cambridge University Press, 1997.
7. John Crowther-Alwyn, Business Roles, Cambridge University Press, 1997.
8. Frances Boyd, Making Business Decisions, Real Cases from Real Companies, Longman, 1994.
9. Laura M. English, Sarah Lynn, Business Across Cultures, Effective Communication Strategies, Longman, 1995.
10. O'Driscoll., A. Pilbim. Professional English. (Giving Presentations, Meetings, Negotiations.)
11. Pamela Pickford, Video, Alliance, Market Leader.