

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Наумова Наталия Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 24.10.2021 14:21:41
Уникальный программный ключ:
6b5279da4e034bfff679172803da5b7b559fc69e2

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ
Государственное образовательное учреждение высшего образования Московской области
МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ОБЛАСТНОЙ УНИВЕРСИТЕТ
(МГОУ)
Кафедра иностранных языков

УТВЕРЖДЕН
на заседании кафедры иностранных языков
Протокол от « 10 » *ноября* 2021 г. № 13.
Зав. кафедрой *Сарычева*
/Л.В. Сарычева/

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине

ДЕЛОВОЙ АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

Направление подготовки
44.03.05 Педагогическое образование

Профиль:
Русский язык и иностранный (английский) язык

Мытищи
2021

Автор-составитель:

Сырина Татьяна Александровна
старший преподаватель кафедры иностранных языков

Фонд оценочных средств для обеспечения образовательного процесса бакалавров по дисциплине «Деловой английский язык» составлен в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения.	4
2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	4
3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	4
4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	7
5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	13

1. Общие положения

Фонд оценочных средств – составная часть образовательной программы по направлению подготовки 44.03.05 Педагогическое образование на факультете русской филологии МГОУ.

Оценочные средства – фонд контрольных заданий для освоения дисциплины «Деловой английский язык», а также описаний форм и процедур, предназначенных для определения качества освоения учебного материала.

2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Этапы формирования
ДПК-2 Способен формировать универсальные учебные действия обучающихся	1. Работа на учебных занятиях. 2. Самостоятельная работа
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на Государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).	1. Работа на учебных занятиях. 2. Самостоятельная работа

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Шкала оценивания компетенций

Оцениваемые компетенции	Уровень сформированности	Этап формирования	Описание показателей	Критерии оценивания	Шкала оценивания
ДПК-2	Пороговый	1. Работа на учебных занятиях. 2. Самостоятельная работа	Знать: основные особенности делового общения; основные грамматические явления, типичные для языка делового человека; Уметь: использовать необходимый грамматический и лексический материал письменной речи для ведения деловой корреспонденции; применять навыки речевого	ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ: •Выполнение лексико-грамматических упражнений •Резюме •Деловое письмо	41-60 баллов

			поведения в ситуациях общения делового человека; пользоваться основными формами этикета деловых людей.	•Проект (защита презентации) ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ •зачёт соценкой	
	Продвинутый	1. Работа на учебных занятиях. 2. Самостоятельная работа	Знать: культурные особенности делового общения представителей различных наций; характерные особенности языка делового общения; правила делового этикета. Уметь: использовать лексико-грамматические знания делового стиля в устной и письменной формах делового общения; Владеть: иноязычной коммуникативной компетенцией в сфере делового общения в устной и письменной формах; навыками проектной деятельности в рамках деловой тематики.	ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ: •Выполнение лексико-грамматических упражнений •Резюме •Деловое письмо •Проект (защита презентации) ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ •зачёт с оценкой	61-100 баллов

УК-4	Пороговый	1. Работа на учебных занятиях. 2. Самостоятельная работа	Знать: базовую лексику и выражения, а так же лексику, связанную со специальностью Уметь: общаться в большинстве типичных ситуаций, которые могут быть при поездке в страну изучаемого языка; понимать тексты на повседневные и профессиональные темы, в которых используются достаточно употребительные слова и конструкции	ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ: •Выполнение лексико-грамматических упражнений •Тестирование •Деловое письмо •Проект (защита презентации) ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ •зачёт	41-60 баллов
	Продвинутый	1. Работа на учебных занятиях. 2. Самостоятельная работа	Знать: основные жанры устной и письменной речи, лексические и грамматические особенности, стилистические особенности, терминологический аппарат своей специальности, широкий спектр узкоспециальных выражений и конструкций Уметь: понимать развернутые доклады и лекции по знакомой теме; написать подробное сообщение на разные темы; анализировать и переводить статьи по специальности и инструкции, касающиеся профессиональной деятельности Владеть: профессионально-ориентированной межкультурной	ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ: •Выполнение лексико-грамматических упражнений •Тестирование •Деловое письмо •Проект (защита презентации) ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ •зачёт	61-100 баллов

			компетенцией		
--	--	--	--------------	--	--

4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Образец тестирования
в 8 семестре
Часть 1.
Чтение

Соотнесите утверждения с параграфами текста.

- 1 the need for retail staff to stay informed about the mobile phones they are selling
- 2 the belief that the market will not sustain the present number of mobile phone retailers
- 3 the use of mobile phones no longer being restricted to a specific group of people
- 4 the relationship between charges and the number of mobile phone users
- 5 a negative view of competing mobile phone retailers
- 6 a comparison between change in the mobile phone industry and that in a different sector
- 7 those services available at mobile phone outlets that are not provided by other retailers

A) Market awareness of the mobile telephone has exploded and the retailer who specializes in mobile phones is seeing growth like never before. Admittedly, some customers buy their first mobile phone in the supermarket, but for advice, add-ons and particular services they turn to the specialist. There are a large number of mobile phone retailers and I can't help but feel the market only has room for four players. Undoubtedly, customer service is the factor that differentiates operators and I think this year we will probably see rationalisation in the sector.

B) When I first started in the industry, mobile phones were retailing at a thousand pounds and were as large as box files. Now, prices are constantly being driven down and handsets are considerably more compact. There is intense competition between the network providers, and every time they lower their tariffs, more people come into the market. This will continue, and while retail dealers' profits will be affected dramatically, network providers will have to generate more revenue by offering internet provision and data services to the mobile user.

C) Over a few years, prices have dropped sharply and technological advances have meant products have changed – and are changing. Successful retailers must try to keep on top of these developments and invest in the training of employees so they are able to offer impartial advice to customers. E-commerce is taking off but this won't necessarily replace traditional retail outlets. In order to stand out, you need innovative ideas on customer service. We don't believe

in criticising other retailers, but there's nothing particularly exciting out there at present.

D) The mobile phone business is behaving like the internet industry in take-up and the pace of innovation, and it's important not to be left behind. We must continue to innovate in delivering the product to the customer. In terms of service provision, you can draw comparisons between us and our closest rival, but clearly all the main mobile phone retailers have succeeded in taking the industry forward. Growth has accelerated rapidly and the mobile telephone has changed from simply being a business tool, to being a means of communication for everyone.

Прочитайте текст и ответьте на вопросы.

Product Life Cycles and Sales Strategy

One of the most important concepts in sales management and marketing is that of the product life cycle. This is a historical record of the life of a product, showing the stage in its life the product has reached at a particular time. By identifying the stage that a product is in or may be heading towards, companies can formulate better marketing plans. All products have 'lives' in as much as they are created, sell with varying profitability over a period of time, and then become obsolete and are replaced or simply no longer produced. A product's sales position and profitability can be expected to fluctuate over time and so, at each successive stage in the product's cycle, it is necessary to adopt different tactics. The two main features of the product life cycle are unit sales and unit profit. The unit sales figures usually jump on introduction, as a

response to heavy advertising and promotion, as customers buy the product experimentally. This is generally followed by a levelling off while it is evaluated – the length of this period depending on the use to which the product is put. Then, unit sales rise steadily through the growth phase to the maturity phase, when the product is widely accepted, and so on to saturation level. By this time, competitors will have entered the market with their own version and, from this point, the sales team will have to work even harder to win all additional sales. Eventually, the product's sales decline as better versions enter the market and competition becomes too strong. In retrospect, most firms know what happened to their products from launch to withdrawal. They can compile this information from the records of unit sales. Unfortunately, unit sales are not the complete story as it is unit profit that is the decisive factor, although this is not always recorded accurately. It is this figure that sales management has to monitor, though, to ensure an effective marketing strategy and to produce effective profits. At launch, the product is costed accurately on the basis of production costs plus selling costs. Initially these remain fairly stable, but, when the product is proving successful, competitors will bring out their own 'copy-cat' products. With a competitor in the field, the original firm has to respond in order to maintain its market position. It can run special sales promotions, improve deliveries, make more frequent sales calls and so on. Often the extra expenditure is not accurately charged to the product and the result is that, long before unit sales are noticeably falling, the unit profit has already fallen.

The product life cycle, then, presents a picture of what happened in the product's

‘lifetime’, so how can this be used as an ongoing aid to management decision-making? Every sales manager has a chart on which the progress of sales is plotted and this can be used as a guide to the stage of development each product is currently in. An essential management skill is being able to interpret sales results and draw in the stages as they occur. Deciding where each stage begins and ends can be a random exercise, though usually the stages are based on where the rate of sales growth or decline becomes pronounced.

1. According to the text, the end of a product’s life cycle is marked by
 - A a sharp rise in production costs.
 - B the product becoming outdated.
 - C an increase in customer complaints.
 - D less support from sales management.
2. What does the writer say about sales management in the first paragraph?
 - A Companies should spend more time on their sales planning.
 - B There are many managers who need to improve their sales performance.
 - C Most sales managers fail to recognise which stage a product has reached.
 - D The sales approach should change with each phase of the product life cycle.
3. According to the text, a greater sales effort is required for a product when
 - A it is particularly innovative.
 - B the advertising budget has been cut.
 - C rival companies start to produce something similar.
 - D consumer interest switches to a new product category.
4. According to the text, a good marketing strategy must primarily be concerned with
 - A

s
a
l
e
s

s
t
a
t
i
s
t
i
c
s
.

B

p
r
o
d
u
c
t
d
e
t
a
i
l
s
.
C

c
o
n
s
u
m
e
r

d
a
t
a
.

D profit information.

5. According to the text, profit levels may fail to correspond to the volume of sales because

A the full selling costs have not been taken into account.

B the production costs were not estimated correctly.
C there are unforeseen problems with distribution.
D there has been a lack of economic stability.

6. What does the writer say about the charts that show sales progress?

A It is a matter of judgement where one sales phase finishes and another begins.

B Managers should review policy when a sharp fall in sales is indicated.

C It is difficult to see how sales charts can provide sufficient guidance to managers.

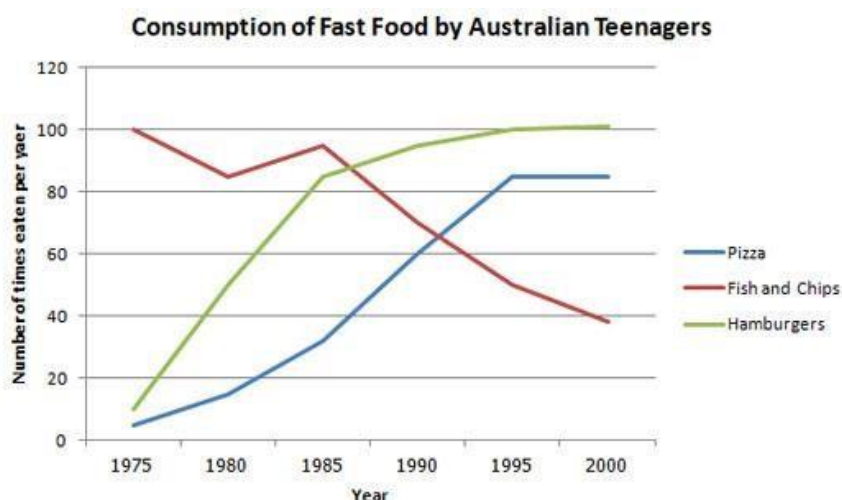
D Managers should get confirmation of the data they plot on the sales charts.

Часть 2 Письмо

1) You are a regional sales manager for an international company. You have been asked to go to a meeting at your company's head office. You cannot go, so somebody else will go in your place.

- Write an **e-mail** to Erica Young, who is organising the meeting;
- apologising for not being able to go to the meeting
- explaining why you cannot go
- saying who will go.
- **Write 40 – 50 words.**

2) Опишите график



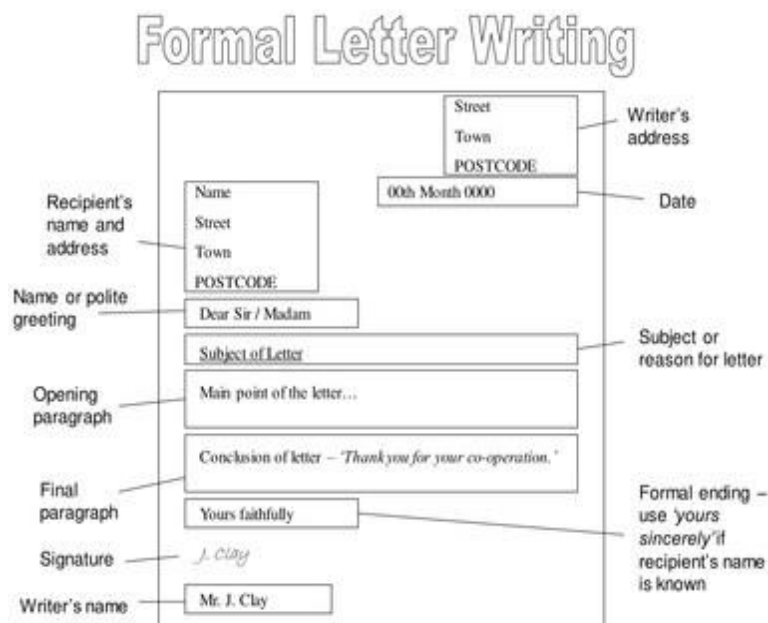
Образец ответа:

The line graph compares the fast food consumption of teenagers in Australia between 1975 and 2000, a period of 25 years. Overall, the consumption of fish and chips declined over the period, whereas the amount of pizza and hamburgers that were eaten increased.

In 1975, the most popular fast food with Australian teenagers was fish and chips, being eaten 100 times a year. This was far higher than Pizza and hamburgers, which were consumed approximately 5 times a year. However, apart from a brief rise again from 1980 to 1985, the consumption of fish and chips gradually declined over the 25 year timescale to finish at just under 40.

In sharp contrast to this, teenagers ate the other two fast foods at much higher levels. Pizza consumption increased gradually until it overtook the consumption of fish and chips in 1990. It then levelled off from 1995 to 2000. The biggest rise was seen in hamburgers as the occasions they were eaten increased sharply throughout the 1970's and 1980's, exceeding that of fish and chips in 1985. It finished at the same level that fish and chips began, with consumption at 100 times a year.

Схема написания делового письма



Тематика SWOT проекта

Цель заключается в презентации истории компании, ее сильных, слабых сторон, возможных угроз и перспектив развития.

- Nestle
- IKEA
- Apple
- Toyota
- Macdonalds
- Electrolux
- Dream Works

Тематика проектной деятельности для зачета в 8 семестре

1. Способы воздействия партнеров друг на друга: заражение, внушение, убеждение, подражание.
2. Виды и формы делового общения. Деловая беседа, приемы влияния на партнера.
3. Речевые аспекты переговорного процесса.
4. Стили и особенности ведения деловых переговоров.
5. Культура речи делового человека. Тактика использования речевых средств.
6. Невербальные особенности делового общения.
7. Спор, дискуссия, полемика в процессе делового общения.
8. Конфликтные ситуации в деловом общении и способы их разрешения.
9. Имидж делового человека. Внешний вид, поведение.
10. Модели поведения и тактика общения в деловой сфере.
11. Детерминация поведения личности в деловом общении.
12. Этапы делового общения, особенности поведения на каждом из них.
13. Стратегии ведения переговоров, использование психологических и этических способов влияния на их процесс.

14. Деловое общение в рабочей группе. Модели поведения делового общения.
15. Социально-психологический климат коллектива и его влияние на деловые отношения.
16. Проблема лидерства и деловые отношения.
17. Стресс и его влияние на процесс делового общения.
18. Этика делового общения: общие принципы и образцы поведения.
19. Этикет и культура делового общения.
20. Правила общения по телефону.
21. Деловые совещания: подготовка, проведение, принятие решений.
22. Современные информационные технологии как средство повышения эффективности деловой коммуникации.
23. Презентация как вид делового общения.

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

VIII семестр (70 баллов — учебный процесс, 30 баллов — зачет с оценкой)

1. Посещение занятий и работа на парах 50%
занятий — 8 баллов
70% занятий — 11 баллов

100% занятий — 15 баллов

Активная работа на занятиях — 10 баллов

2. Самостоятельная работа (выполнение домашних заданий — лексико-грамматических упражнений, творческих заданий, подготовка устных выступлений):

- работа выполнена частично, с большим количеством ошибок — 10 баллов
- работа выполнена в полном объеме, но с ошибками — 18 баллов
- работа выполнена в полном объеме, допускаются незначительные недочеты — 25 баллов

3. Другие виды работ:

- проектная деятельность SWOT анализ — 20 баллов

Содержание зачета:

- 1) Тестирование. (10 баллов)
- 2) Защита проекта. (20 баллов)

Критерии оценивания проектной деятельности

<i>Критерий</i>	<i>Показатели</i>	<i>Баллы</i>
План работы	План работы над проектом есть	2
	План работы отсутствует	0
Глубина раскрытия темы проекта	Тема раскрыта фрагментарно	2
	Тема раскрыта полностью	4
	Знания автора проекта превзошли рамки проекта	6
Разнообразие источников информации, целесообразность их использования	Большая часть информации не относится к теме	2
	Использован незначительный объём подходящей информации из ограниченного числа однотипных источников	4
	Представлена полная информация из разнообразных источников	6
Соответствие требованиям оформления письменной части и презентации	Отсутствует установленный правилами порядок, структура Внешний вид и речь автора не соответствуют правилам проведения презентации	2
	Предприняты попытки оформить работу в соответствии с установленными правилами Внешний вид и речь автора соответствуют правилам проведения презентации, но автор не владеет культурой общения, не уложился в регламент	4
	Чёткое и грамотное оформление Внешний вид и речь автора соответствуют правилам проведения презентации, автор владеет культурой общения, уложился в регламент, ему удалось вызвать большой интерес	6
	<i>ИТОГО</i>	<i>20 баллов</i>

Работа оригинальным текстом деловой направленности

Показатели	Баллы
Полное понимание текста, его точный перевод (допускаются незначительные стилистические ошибки 1–4). Грамотный ответ на вопросы, демонстрирующий полное понимание.	10 баллов

Письменный перевод текста с незначительными ошибками и замечаниями, передача основного содержания с незначительными ошибками, не искажающими смысл прочитанного текста (допускаются незначительные ошибки, исправляемые при дополнительных вопросах экзаменаторов).	7 баллов
Неполный или неточный перевод текста, (5–7 стилистических и грамматических ошибок). Частичное понимание текста, неточные ответы на вопросы.	4 балла
Неправильный перевод текста или выполнение менее 70% текста, большое количество ошибок. Ответы на вопросы неверны.	2 балла

Показатели устной монологической речи

Показатели	Баллы
Коммуникативная задача не решена. Высказывание сводится к отдельным словам и словосочетаниям.	1
Коммуникативная задача не решена. В высказывании отсутствуют логика и связность. Используемые языковые и речевые средства не соответствуют ситуации / теме / проблеме. Объем высказывания значительно ниже программных требований. Речь очень медленная, со значительным количеством пауз. Допущено значительное количество ошибок, препятствующих коммуникации.	2
Коммуникативная задача решена частично. В высказывании отсутствуют логика и последовательность изложения. Оно носит незавершенный характер. Используемые языковые и речевые средства часто не соответствуют ситуации / теме / проблеме. Объем высказывания значительно ниже программных требований. Речь не беглая, со значительным количеством пауз. Компенсаторные умения не используются. Допущено значительное количество произносительных, лексических и грамматических ошибок, затрудняющих коммуникацию.	3
Коммуникативная задача решена частично. В высказывании значительно нарушена логика и последовательность изложения. Оно носит незавершенный характер, отсутствует вывод. Используемые языковые и речевые средства не всегда соответствуют ситуации / теме / проблеме. Объем высказывания ниже программных требований. Речь не беглая, со значительным количеством пауз. Компенсаторные умения не используются. Допущен ряд произносительных и лексических ошибок и значительное количество грамматических ошибок, затрудняющих коммуникацию.	4

Коммуникативная задача решена не полностью. В высказывании значительно нарушены логика и последовательность изложения. Отсутствует вывод, не выражено свое отношение к обсуждаемой теме / проблеме. Используемые языковые и речевые средства не всегда соответствуют ситуации / теме / проблеме, они недостаточно разнообразны. Объем высказывания ниже программных требований. Речь недостаточно беглая. Компенсаторные умения не используются. Допущен ряд произносительных, лексических и грамматических ошибок, частично влияющих на процесс коммуникации.	5
Коммуникативная задача в основном решена. Высказывание носит заверченный характер, но имеются нарушения логики и последовательности изложения. Отсутствует вывод, не выражено свое отношение к обсуждаемой теме / проблеме. Используемые языковые и речевые средства не всегда соответствуют ситуации / теме / проблеме, они недостаточно разнообразны. Используемые связующие элементы не всегда адекватны решаемой задаче. Объем высказывания несколько ниже программных требований. Речь недостаточно беглая. Компенсаторные умения используются недостаточно. Допущен ряд произносительных, лексических и грамматических ошибок, частично влияющих на процесс коммуникации.	6
Коммуникативная задача решена относительно полно. Высказывание	7
носит заверченный характер, но имеются незначительные нарушения логики и последовательности. Отсутствует вывод, есть затруднения в выражении своего отношения к обсуждаемой теме / проблеме. Используемые языковые и речевые средства в основном соответствуют ситуации / теме / проблеме, но их разнообразие ограничено. Используемые связующие элементы в основном адекватны решаемой задаче. Объем высказывания соответствует программным требованиям. Речь достаточно беглая. В случае затруднений используются компенсаторные умения. Допущены отдельные произносительные, лексические и грамматические ошибки.	
Коммуникативная задача решена относительно полно. Высказывание носит заверченный характер, построено логично и связно. Есть затруднения в выражении своего отношения к обсуждаемой теме / проблеме. Используемые языковые и речевые средства соответствуют ситуации / теме / проблеме и варьируются в пределах изученного материала. Используемые связующие элементы в основном адекватны. Объем высказывания соответствует программным требованиям. Речь беглая. В случае затруднений используются компенсаторные умения. Допущены отдельные произносительные, лексические и грамматические ошибки, не препятствующие коммуникации.	8

Коммуникативная задача решена полностью. Высказывание построено логично и связно и имеет завершенный характер. Выражено свое отношение к обсуждаемой теме / проблеме. Используемые языковые и речевые средства соответствуют ситуации / теме / проблеме и варьируются в пределах изученного материала. Используются адекватные связующие элементы. Объем высказывания соответствует программным требованиям. Речь беглая. В случае необходимости используются компенсаторные умения. Допущены единичные произносительные и грамматические ошибки, не препятствующие коммуникации.	9
Коммуникативная задача решена полностью. Высказывание построено логично, связно и имеет завершенный характер. Выражено свое отношение к обсуждаемой теме / проблеме. Используемые языковые и речевые средства соответствуют ситуации / теме / проблеме и варьируются в пределах изученного материала. Используются адекватные связующие элементы. Объем высказывания соответствует программным требованиям. Речь беглая. Допущены единичные произносительные ошибки, не препятствующие коммуникации	10

**Показатели письменной речи (аннотация,
реферирование)**

Показатели	Баллы
Аннотация отражает полностью содержание текста. Структура четкая, отражает логическое деление текста. Используются речевые клише. Грамматические и пунктуационные ошибки отсутствуют.	10 баллов
Аннотация не совсем точно передает содержание текста. Структура аннотации не достаточно верно передает логическое членение текста. Присутствуют незначительные грамматические и пунктуационные ошибки (2-4).	6 баллов
Аннотация частично передает содержание текста. Структура аннотации не соответствует логике построения текста. Речевые клише использованы неуместно, присутствуют грамматические и пунктуационные ошибки.	2 балла

**Критерии оценки
делового письма**

Показатель	Баллы
1. Структура и оформление в соответствии с видом делового письма. Данный критерий означает, что письмо оформлено по правилам, есть четкая структура письма как в оформлении так и в самом письме.	2

2. Содержание. В данном критерии учитывается насколько полно, точно и правильно было написано письмо/документ на заданную тему. Оцениваются идеи и последовательность информации в раскрытии письма.	3
3. Лексика. Оценивается разнообразие лексических структур, используемых для составления документа/ написание письма	3
4. Грамматика. Оценивается разнообразие, сложность и точность грамматических конструкций.	2
Итого	10