

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

Затверджено на засіданні кафедри
іноземних мов та перекладу.

Протокол № 8 від 25.01.2016 р.

**Програма
навчальної дисципліни
«Іноземна мова міжнародного бізнесу»
для студентів усіх спеціальностей
усіх форм навчання**

Укладачі: к.п.н., доц. Ж.В.Давидова
ст. викл. І.О.Решетняк

Відповідальний за випуск
зав. каф. Колбіна Т.В.

ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016

1. Вступ

Сучасні умови характеризуються зростанням зовнішньоекономічної діяльності фахівців у сфері економіки. Їхнім завданням є забезпечення сталого розвитку як окремого підприємства, так і країни в цілому у сфері міжнародного бізнесу. Встановлення ефективних довгострокових міжнародних контактів є основою економічного та соціального становлення держави. Саме зараз це завдання є вкрай актуальним у зв'язку зі вступом України в асоціацію із Європейським Союзом. Для нашої країни відкриваються нові перспективні міжнародні ринки, на які вона має достойно увійти. Для фахівців у сфері зовнішньоекономічної діяльності завдання встановлення ефективних міжнародних зв'язків ускладнюється тим фактом, що вони мають працювати з великими обсягами різнопланової інформації у різноманітному професійному та соціокультурному контексті. Саме вміння правильно розуміти та інтерпретувати отриману інформацію визначають успішність подальшої професійної діяльності у сфері міжнародного бізнесу.

Метою викладання даної навчальної дисципліни є формування лінгвістичної й комунікативно-діяльнісної іншомовних компетентностей у сфері міжнародного бізнесу.

Для досягнення мети поставлені такі основні **завдання**:

- вивчення основ сучасної іноземної мови міжнародного бізнесу;
- ознайомлення з міжкультурними особливостями ведення міжнародного бізнесу;
- підвищення рівня лінгвістичної й комунікативно-діяльнісної професійної підготовки.

Об'єктом навчальної дисципліни є міжнародний бізнес та сучасна іноземна мова, притаманна для цієї сфери.

Предметом навчальної дисципліни є практичний аспект застосування іноземної мови у сучасному міжнародному бізнесі.

Пререквізити: вивчення даної навчальної дисципліни студент розпочинає, прослухавши такі навчальні дисципліни, як: «Іноземна мова» та «Іноземна мова за професійним спрямуванням».

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

знати: мовний матеріал мови, що вивчається (лексика, граматики, структурні й мовні моделі) у професійному контексті на рівні, визначеному Радою Європи як B2, у тому числі:

- граматичні структури, типові для усної й письмової професійно-орієнтованої комунікації у сфері міжнародного бізнесу;
- базову нормативну граматику й складні граматичні конструкції в активному володінні та для пасивного сприйняття;
- загальнонавчальну, загальноекономічну й професійну лексику у сфері міжнародного бізнесу;
 - правила ділового етикету та міжкультурної комунікації у сфері міжнародного бізнесу;
 - реєстри (стилі) спілкування, у тому числі типові для професійного спілкування у сфері міжнародного бізнесу;
 - мовні особливості ділового спілкування у сфері міжнародного бізнесу, а також спілкування у мережі Інтернет;

вміти: користуватися іноземною мовою у професійній діяльності та у побутовому спілкуванні:

- розуміти зміст текстів професійно-орієнтованого характеру певного рівня складності;
- здійснювати пошук інформації за завданням, збирання, аналіз даних, необхідних для вирішення умовно-професійних завдань у сфері міжнародного бізнесу;
- працювати з іншомовними джерелами інформації;
- презентувати іншомовну інформацію професійного характеру у вигляді переказу або доповіді;
- сприймати на слух зміст навчальних аудіо матеріалів професійного спрямування;
- брати активну участь у дискусіях з проблем міжнародного бізнесу, обґрунтовувати власну точку зору;
- здійснювати ефективну професійну комунікацію у сфері міжнародного бізнесу з представниками інших культур.

У процесі викладання навчальної дисципліни основна увага приділяється оволодінню студентами професійними компетентностями, що наведена в табл. 1.

Структуру складових професійних компетентностей та їх формування відповідно до Національної рамки кваліфікацій України наведено в таблиці 2.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 150 годин (5 кредитів ЄКТС). Форма підсумкового контролю – залік.

**Професійні компетентності, які отримуються студентами після
вивчення навчальної дисципліни**

Назва компетентності	Складові компетентності
Лінгвістична	Лексична (застосування лексичних засобів у діловій іноземній мові міжнародного бізнесу)
	Граматична (знання та вміння користуватися граматичними ресурсами мови)
	Семантична (здатність студента усвідомлювати й контролювати організацію змісту тексту)
Соціокультурна	Країнознавча (знання професійної тематики, країнознавчої інформації, що забезпечує формування системи знань про народ-носій мови)
	Лінгвокраїнознавча (здатність сприймати мову в її культуроносній функції)
	Соціолінгвістична (знання особливостей національного мовленнєвого етикету і невербальної поведінки)
Міжкультурна	Система професійно-предметних знань іноземною мовою в сфері міжнародного бізнесу
	Знання особливостей ведення міжнародного бізнесу
	Знання особливостей ділового міжкультурного спілкування
	Уміння налагоджувати взаємодію в ситуаціях міжкультурної комунікації

**Структура складових професійних компетентностей з навчальної дисципліни
"Іноземна мова міжнародного бізнесу"
за Національною рамкою кваліфікацій України**

Складові компетентності, яка формується в рамках теми	Пререквізити	Знання	Вміння	Комунікації	Автономність і відповідальність
1	2	3	4	5	6
Тема 1. Стили ведення бізнесу					
Лінгвістична та комунікативно-діяльнісна компетентність з теми	Базові знання особливостей ведення бізнесу у різних країнах; Володіння лексико-граматичними основами.	Знання лексико-граматичного матеріалу для описання типових портретів менеджерів різних країн, корпоративної культури та етики	Обирати мовні форми й мовленнєві одиниці відповідно до екстралінгвістичних факторів у професійній сфері, конкретних індивідів, особливостей ведення міжнародного бізнесу.	Проведення ефективної професійної міжкультурної комунікації з представниками різних країн.	Розуміння важливості застосовувати необхідні мовні форми й мовленнєві одиниці при комунікації з представниками інших культур для досягнення ефективної довгострокової взаємодії
Тема 2. Франчайзінг					
Лінгвістична та комунікативно-діяльнісна компетентність з теми	Розуміння поняття франчайзингу та його основ. Володіння лексико-граматичними основами.	Знання лексико-граматичного матеріалу з франчайзингу, прав та обов'язків франчайзора та франчайзі.	Укладати франчайзингову угоду іноземною мовою; описувати переваги та недоліки цього виду бізнесу.	Проводити перемовини про укладання франчайзингової угоди іноземною мовою.	Відповідальність за розуміння прав та обов'язків; відповідальність за коректність укладання франчайзингової угоди іноземною мовою.

1	2	3	4	5	6
Тема 3. Злиття та поглинання					
Лінгвістична та комунікативно-діяльнісна компетентність з теми	Базові професійні знання щодо злиття та поглинання. Володіння лексико-граматичними основами.	Знання лексико-граматичного матеріалу з особливостей конкурентного середовища; різних способів об'єднання та поглинання компаній.	Уміння пояснити причини успішного і неуспішного об'єднання іноземною мовою.	Проведення перемовин щодо об'єднання компаній іноземною мовою.	Коректність прийняття рішення щодо об'єднання з іноземною компанією через володіння необхідними мовними засобами.
Тема 4. Фондовий ринок					
Лінгвістична та комунікативно-діяльнісна компетентність з теми	Знання основ діяльності фондової біржі. Володіння лексико-граматичними основами.	Знання лексико-граматичного матеріалу з функціонування фондової біржі.	Уміння описати основні тенденції діяльності фондової біржі іноземною мовою.	Презентація кількісних та якісних показників діяльності фондового ринку іноземною мовою.	Коректне розуміння основних тенденцій розвитку фондового ринку для прогнозування подальших тенденцій розвитку й прийняття рішень.
Тема 5. Маркетинг та реклама					
Лінгвістична та комунікативно-діяльнісна компетентність з теми	Володінні основами маркетингу та реклами. Володіння лексико-граматичними основами.	Знання лексико-граматичного матеріалу щодо особливостей міжнародного маркетингу та бренд-менеджменту.	Уміння розробити маркетингову стратегію та створити рекламу іноземною мовою.	Написання рекламного салогана та рекламного листа іноземною мовою.	Відповідальність за ефективність та коректність проведення маркетингової компанії іноземною мовою.

2. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Стилі ведення бізнесу. Франчайзинг. Злиття та поглинання.

Тема 1. Стилі ведення бізнесу. Множина іменників іншомовного походження. Вживання прийменників після дієслів.

Мова спеціальності. Типові портрети менеджерів різних країн та їх підхід до ведення бізнесу. Особливості корпоративної культури в різних країнах. корпоративна етика. Роль міжкультурної комунікації у веденні успішного бізнесу.

Ділове спілкування. Пошук ділових партнерів через Інтернет. Ведення переговорів із представниками інших країн.

Граматики. Дієслова, які завжди використовуються з відповідними прийменниками. Способи утворення множини у іменників латинського та грецького походження.

Тема 2. Франчайзинг. Модальні дієслова з перфектним інфінітивом.

Мова спеціальності. Особливості франчайзингового бізнесу та історія його виникнення. Світові франчайзингові мережі. Права та обов'язки франчайзора та франчайзі.

Ділове спілкування. Обговорення необхідних документів для складання франчайзингової угоди.

Граматики. Модальні дієслова з перфектним інфінітивом для висловлювання можливості, вірогідності, невиконаної дії, яка мала відбутися.

Тема 3. Злиття та поглинання. Дієприкметник та його форми і функції.

Мова спеціальності. Особливості конкурентного середовища. Об'єднання компаній як форма виживання у конкурентному середовищі. Різні способи об'єднання компаній. Причини успішного та неуспішного об'єднання.

Ділове спілкування. Складання аргументованих прогнозів для потенційного об'єднання. Аналіз діяльності нових об'єднань.

Граматики. Форми та функції Participle I та Participle II в реченні. Конструкція "to have smth. done".

Змістовий модуль 2. Фондовий ринок. Маркетинг та реклама.

Тема 4. Фондовий ринок. Умовні речення.

Мова спеціальності. Біржа та її види. Основні фондові біржі світу та тенденції їх діяльності. Види цінних паперів: акції, облігації, деривативи. Біржові індекси.

Ділове спілкування. Аналіз біржових новин у пресі.

Грамматика. Умовні речення: First, Second, and Third Conditional та особливості їх вживання.

Тема 5. Маркетинг та реклама. Конструкції з герундієм, дієприкметником та інфінітивом. Умовний спосіб.

Мова спеціальності. Поняття про маркетинг. Основні маркетингові інструменти. Маркетинг-мікс. Методи маркетингового дослідження. Створення бранда. Особливості міжнародного маркетингу.

Роль реклами та її типи. Рекламний девіз (слоган). Засоби впливу на цільову групу споживачів.

Ділове спілкування. Проведення маркетингового дослідження.

Складання рекламного оголошення. Написання сценарію для телевізійного рекламного ролика.

Грамматика. Дієслова, після яких вживаються герундій і дієприкметник, конструкції з герундієм, дієприкметником та інфінітивом. Синтетичні та аналітичні форми Subjunctive Mood. Використання Subjunctive Mood у простих реченнях.

3. Теми практичних занять

Практичне заняття – форма навчального заняття, за якої викладач організовує детальний розгляд окремих теоретичних положень навчальної дисципліни і формує вміння та навички їх практичного застосування шляхом індивідуального виконання студентом сформульованих завдань. Проведення таких занять ґрунтується на попередньо підготовленому методичному матеріалі – тестах для виявлення ступеня оволодіння необхідними теоретичними положеннями, наборі завдань різного рівня складності для розв'язування їх на занятті. Воно включає проведення попереднього контролю знань, вмінь і навичок студентів, постановку загальної проблеми викладачем та її обговорення за участю студентів, розв'язування завдань із їх обговоренням, розв'язування контрольних

завдань, їх перевірку, оцінювання (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Перелік тем практичних занять

Назва змістового модуля	Теми практичних занять (за модулями)
<p><i>Змістовий модуль 1.</i> <i>Стили ведення бізнесу.</i> <i>Франчайзинг . Злиття та поглинання.</i></p>	<p>Завдання 1. Стили ведення бізнесу. Складання портретів типових представників бізнесу різних країн та їх підхід до ведення бізнесу. Особливості корпоративної культури в різних країнах. Роль міжкультурної комунікації у веденні успішного бізнесу. Дієслова, які завжди використовуються з відповідними прийменниками. Способи утворення множини у іменників латинського та грецького походження</p>
	<p>Завдання 2. Франчайзинг. Обговорення такого виду бізнесу як франчайзинг, прав та обов'язків франчайзора та франчайзі, переваг та недоліків цього виду бізнесу, відомих франчайзингових компаній. Рольова гра "Укладання франчайзингової угоди". Вживання модальних дієслів із перфектним інфінітивом для висловлювання можливості, вірогідності, невиконаної дії, яка мала відбутися.</p>
	<p>Завдання 3. Злиття та поглинання. Бесіда про особливості конкурентного середовища. Об'єднання компаній як форма виживання у конкурентному середовищі. Різні способи об'єднання компаній. Причини успішного та неуспішного об'єднання. Форми та функції Participle I та Participle II в реченні. Конструкція "to have smth. done".</p>
	<p><i>Підсумкова комплексна контрольна робота за змістовим модулем 1 "Стили ведення бізнесу. Франчайзинг. Злиття та поглинання"</i></p>
<p><i>Змістовий модуль 2.</i> <i>Фондовий ринок.</i> <i>Маркетинг та реклама.</i></p>	<p>Завдання 4. Фондовий ринок. Бесіда про те, що таке біржа та які види бірж існують. Основні фондові біржі світу та тенденції їх діяльності. Обговорювання основних видів цінних паперів та біржових індексів. Проведення аналізу біржових новин. Умовні речення: First, Second, and Third Conditional.</p>
	<p>Завдання 5. Маркетинг та реклама. Бесіда про маркетинг, основні маркетингові інструменти, маркетинг-мікс. Методи маркетингового дослідження. Створення бранда. Особливості міжнародного маркетингу. Роль реклами та її типи. Рекламний девіз (слоган). Засоби впливу на цільову групу споживачів. Написання рекламного листа. Дієслова, після яких вживаються герундій і дієприкметник, конструкції з герундієм, дієприкметником та інфінітивом. Синтетичні та аналітичні форми Subjunctive Mood. Використання Subjunctive Mood у простих реченнях.</p>

4. Самостійна робота

Самостійна робота студента (СРС) – це форма організації навчального процесу, за якої заплановані завдання виконуються студентом самостійно під методичним керівництвом викладача.

Основні види самостійної роботи, які запропоновані студентам для засвоєння теоретичних знань та формування практичних навичок з навчальної дисципліни, наведені в табл. 4.1.

Таблиця 4.1

Завдання для самостійної роботи студентів та форми її контролю

Назва теми	Зміст самостійної роботи студентів	Форми контролю СРС
1	2	3
Змістовий модуль 1.		
Стили ведення бізнесу. Франчайзинг. Злиття та поглинання		
<i>Тема 1.</i> Стили ведення бізнесу. Множина іменників іншомовного походження. Вживання прийменників після дієслів.	Вивчення лексики за темою. Робота з текстом. Виконання лексико-граматичних вправ. Переклад на рідну мову. Монологічні та діалогічні висловлювання про типові портрети менеджерів різних країн та їх підхід до ведення бізнесу, про особливості корпоративної культури в різних країнах, про корпоративну етику. Роль міжкультурної комунікації у веденні успішного бізнесу. Дієслова, які завжди використовуються з відповідними прийменниками. Способи утворення множини у іменників латинського та грецького походження	Презентація результатів
<i>Тема 2.</i> Франчайзинг. Модальні дієслова з перфектним інфінітивом.	Вивчення лексики за темою. Робота з текстом. Виконання лексико-граматичних вправ. Переклад на рідну мову. Підготовка міні-доповідей про такий вид бізнесу, як франчайзинг, права та обов'язки франчайзора та франчайзі, переваги та недоліки цього виду бізнесу. Підготовка доповідей про відомі франчайзингові компанії. Підготовка до рольової гри "Укладання франчайзингової угоди". Вживання модальних дієслів з перфектним інфінітивом для висловлювання можливості, вірогідності, невиконаної дії, яка	Захист індивідуального завдання

	мала відбутися	
--	----------------	--

Закінчення табл. 4.1

1	2	3
<p><i>Тема 3.</i> Злиття та поглинання. Дієприкметник, його форми та функції. Протиставні прислівники</p>	<p>Вивчення лексики за темою. Робота з текстом. Виконання лексико-граматичних вправ. Переклад на рідну мову. Підготовка до бесіди про особливості конкурентного середовища, про об'єднання компаній як форми виживання у конкурентному середовищі. Підготовка міні-доповідей про різні способи об'єднання компаній. Причини успішного та неуспішного об'єднання. Дієприкметник та його функції. Особливості його утворення та вживання у мові. Виконання вправ на використання різних форм дієприкметника.</p>	<p>Письмова контрольна робота. Захист індивідуального завдання</p>
<p>Змістовий модуль 2. Фондовий ринок. Маркетинг та реклама.</p>		
<p><i>Тема 4.</i> Фондовий ринок. Умовні речення.</p>	<p>Вивчення лексики за темою. Робота з текстом. Виконання лексико-граматичних вправ. Переклад на рідну мову. Короткий переказ основних ідей тексту. Підготовка міні-доповідей про основні фондові біржі світу та їх презентація на занятті. Аналіз біржових новин у пресі. Монологічні та діалогічні висловлювання про види цінних паперів та їх ролі в фінансуванні діяльності компаній.</p> <p>3 вида умовних речень та особливості їх вживання. Виконання граматичних вправ та переклад речень з рідної мови на іноземну та навпаки за допомогою умовних конструкцій.</p>	<p>Захист індивідуального завдання</p>
<p><i>Тема 5.</i> Маркетинг та реклама. Порівняння герундія, дієприкметника та інфінітива. Умовний спосіб.</p>	<p>Вивчення лексики за темою. Робота з текстом. Переклад на рідну мову. Виконання лексико-граматичних вправ. Переклад речень та мікротекстів з рідної мови на іноземну. Монологічні та діалогічні висловлювання про маркетинг, маркетинг-мікс та основні маркетингові інструменти, про роль реклами та її види, про засоби впливу на цільову групу споживачів, про виставкову діяльність як важливого маркетингового інструмента. Розповіді про регулярні світові та європейські</p>	<p>Захист індивідуального завдання</p>

	виставки. Проведення маркетингового дослідження для конкретного виду бізнесу. Складання рекламного оголошення, написання сценарію для рекламного ролика. Дієслова, після яких вживаються герундій і дієприкметник, конструкції з герундієм, дієприкметником та інфінітивом. Умовний спосіб.	
--	---	--

4.1. Індивідуальне науково-дослідне завдання

Індивідуальне науково-дослідне завдання (ІНДЗ) студента є вибіркоким видом позааудиторної самостійної роботи студента та має навчально-дослідницький характер, виконується у процесі вивчення програмного матеріалу навчальної дисципліни і завершується разом зі складанням підсумкового екзамену з даної навчальної дисципліни. Виконання ІНДЗ є одним із важливих засобів підвищення якості підготовки майбутніх спеціалістів, які здатні застосовувати на практиці теоретичні знання, вміння та навички з даної навчальної дисципліни.

Тема ІНДЗ: *«Міжкультурна комунікація в міжнародному бізнесі».*

5. Методи навчання

У процесі викладання навчальної дисципліни для активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів передбачене застосування як активних, так і інтерактивних навчальних технологій, серед яких: робота в малих групах, дискусії, мозкові атаки, кейс-метод, презентації, ознайомлювальні (початкові) ігри, метод проектної роботи, комп'ютерні симуляції (табл. 5.1).

Таблиця 5.1

Використання методик активізації процесу навчання (практичні заняття)

Тема навчальної дисципліни	Практичне застосування методик	Методики активізації процесу навчання
1	2	3

<i>Тема 1.</i> Стилi вeдeння бiзнесу.	Дискусiя про необхiднiсть набуття навичок мiжкультурної комунiкацiї, про риси успiшного керiвника про особливостi українського менеджменту.	Дискусiї, презентацiї
<i>Тема 2.</i> Франчайзинг	Рольової гра: «Укладання франчайзингової угоди»	Кейс-стадi, робота в малих групах
<i>Тема 3.</i> Злиття та поглинання	Рольова гра «Перемовини про злиття декiлькох компанiй»	Дискусiї, презентацiї

Закiнчення табл. 5.1

1	2	3
<i>Тема 4.</i> Фондовий ринок	Рольова гра: «Перемовини з брокерськими фiрмами щодо купiвлi акцiй на бiржi».	Робота в малих групах, мозковi атаки
<i>Тема 5.</i> Маркетинг та реклама	Тема дискусiї: Виставкова дiяльнiсть як важливий маркетинговий iнструмент	Робота в малих групах, мозковi атаки, метод сценарiїв, презентацiї

6. Рекомендована лiтература

Основна

1. Англо-русский словарь / Сост. В. К. Мюллер. – М. : Русский язык, 1991. – 936 с.

2. Долiнiна Н. Г. Практические задания и тексты по теме "Введение в специальность" курса "Английский язык" для студентов I курса всех специальностей всех форм обучения / Н. Г. Долiнiна, З. М. Сучкова. – Х. : Изд. ХГЭУ. 2000. – 40 с.

3. Долiнiна Н. Г. Англiйська мова: основи вeдeння бiзнесу для студентiв економiчних спецiальностей, слухачiв магiстратури та ВШМБ :

навчальний посiбник / Н. Г. Долiнiна, I. В. Друзенко, З. М. Сучкова. – Х. : ВД "IНЖЕК", 2006. – 320 с.

4. Жданова И. Ф. Русско-английский словарь. Банки. Биржи. Бухгалтерский учёт / И. Ф. Жданова, М. В.Скворцова; под ред. В. В. Зражевского. – М. : Рус. яз., 2002. – 645 с.

5. Жданова И. Ф. Русско-английский экономический словарь / И. Ф.Жданова. – 2-е изд., стереотип. – М. : Рус. яз., 2000. – 880 с.