

prospective (*adj.*) – ожидаемый, будущий

10) client base (*n.*) – клиентская база

11) referral (*n.*) – рекомендация

12) to deal with queries and complaints – заниматься запросами и жалобами

13) destination (*n.*) – место назначения

14) attraction (*n.*) – привлекательность, достопримечательность

15) a brand (*n.*) – торговая марка, фирменный знак

branding (*n.*) – разработка и продвижение торговой марки

brand image (*n.*) – репутация торговой марки, образ марки

brand identity (*n.*) – система идентификации бренда

16) to seek experiences – искать новый опыт

17) to stand out (*v.*) – отличаться, выделяться

18) outstanding (*adj.*) – выдающийся, подлежащий уплате, но не выплаченный

Вопросы задания:

1. Read and translate:

Marketing is a process through which individuals and groups provide, exchange and obtain products – ideas, goods and services – capable of satisfying customers' needs and desires at a desirable price and place.

Marketing in the hospitality industry refers to marketing the services of a hotel. A hospitality unit such as a restaurant, hotel, or an amusement park consists of multiple groups such as facility maintenance and direct operations (servers, housekeepers, porters, kitchen workers, bartenders, management, marketing, and human resources etc.).

Marketing efforts of any hotel begin with a marketing plan.

The marketing plan is a guide for marketing, sales, advertising and promotional efforts. It is the document upon which sales are built. Normally a marketing plan has to be developed for at least three-year period. It forces managers to think ahead and make better use of the property's resources as it sets responsibilities and coordinates and unifies efforts to reach good sales. Hospitality sales differ from sales of consumer goods because the former are both tangible and intangible products.

The marketing team of a hotel is a group of people representing at least one from each revenue centre of the hotel. A revenue centre is a distinctly identifiable department, division, or unit that generates revenue through sale of goods or services. The marketing and sales division can be varied in the size, type, and budget. There are several key positions: 1) marketing research coordinator; 2) director of advertising and PR; 3) director of revenue management; 4) telemarketing director; 5) director of convention services; 6) director of sales. Hotel services are marketed over the telephone, and via the internet.

Personal sales calls are considered an effective means of customer contact. There are three types of calls: 1) cold calls or prospect calls; 2) PR calls; 3) presentation calls; 4) inside calls.

Prospecting is the life blood of sales because prospecting identifies individuals or groups that can become the property's client base soon. There are several sources for prospecting such as referral programs of past and present clients, account penetration, community contacts, the property competitors, networking, and the internet. But before making a sales call it is necessary to prepare a well-organised and professional sales-kit which should only contain the information pertinent to the client's particular needs.

Travel agencies don't need large marketing budgets. A travel agent's role is to help people plan, choose and arrange their holiday. They will usually work to a budget set out by whoever is planning the holiday. They also offer advice and opinions on where to go and local tourist attractions, events and customs. Typical duties of a travel agent include: 1) promoting and marketing the business; 2) dealing with customer queries and complaints; 3) providing advice about visas or passports; 4) selling holidays and insurance; 5) meeting profit or sales targets; 6) preparing promotional materials and displays.

Travel agents market destinations. Destinations are places that attract visitors for a temporary stay, and range from continents to countries to states and provinces, to cities, to villages, to purpose built resort areas. Tourists travel to destinations.

Destination marketing refers to a management process through which the national tourist organizations and/or tourist enterprises identify their selected tourists, actual and potential, communicate with them to ascertain and influence their wishes, needs, motivations, and likes and dislikes, on local/rural, regional, national and international levels, and to formulate and adapt their tourist products accordingly with a view to achieving optimal tourist satisfaction, thereby fulfilling their objectives. Tourism destinations are probably among the most difficult "products" to market, involving large numbers of stakeholders and a brand image.

To brand a tourism destination is to develop a clear identity, or "brand", based on reality, while also reflecting the core strengths and "personality" of the destination. Branding is perhaps the most powerful marketing weapon available to contemporary destination marketers confronted by tourists who are increasingly seeking lifestyle fulfillment and experiences. In the highly competitive and dynamic global tourism environment, strong branding will help a destination stand out from the crowded marketplace. Building and maintaining brand value is the key to business success and, as a result, brand management is quickly shifting from a peripheral marketing concern to the core business strategy.

Tourism marketing is generally concerned with the selling of dreams, as expectations of an intangible tourism service can only be realized after travel. The images held by consumers therefore play a critical role in their decision-making.

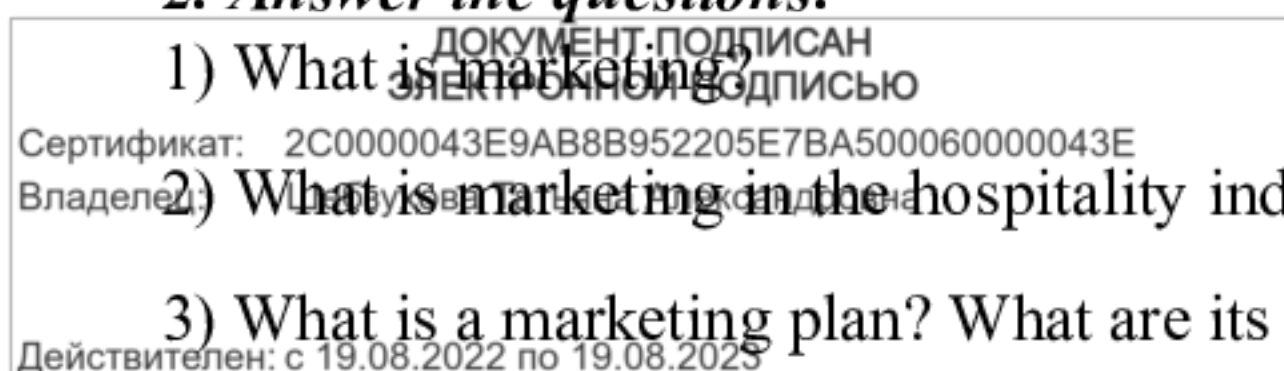
Most destinations have superb resorts and attractions, every country claims a unique culture, landscape and heritage, each place describes itself as having the friendliest people, and high standards of customer service and facilities are now expected. As a result, the need for destinations to create a unique identity – to differentiate themselves from their competitors – is more critical than ever.

2. Answer the questions:

1) What is marketing?

2) What is marketing in the hospitality industry?

3) What is a marketing plan? What are its characteristic features?



- 4) In what way are hospitality sales different from sales of consumer goods and services?
- 5) Who makes the marketing team of a hotel?
- 6) What kinds of calls do they single out?
- 7) What are prospect calls?
- 8) What are the duties of a travel agent?
- 9) What is destination marketing?
- 10) How important is branding in marketing destinations?

3. Comment on the statements (express agreement or disagreement):

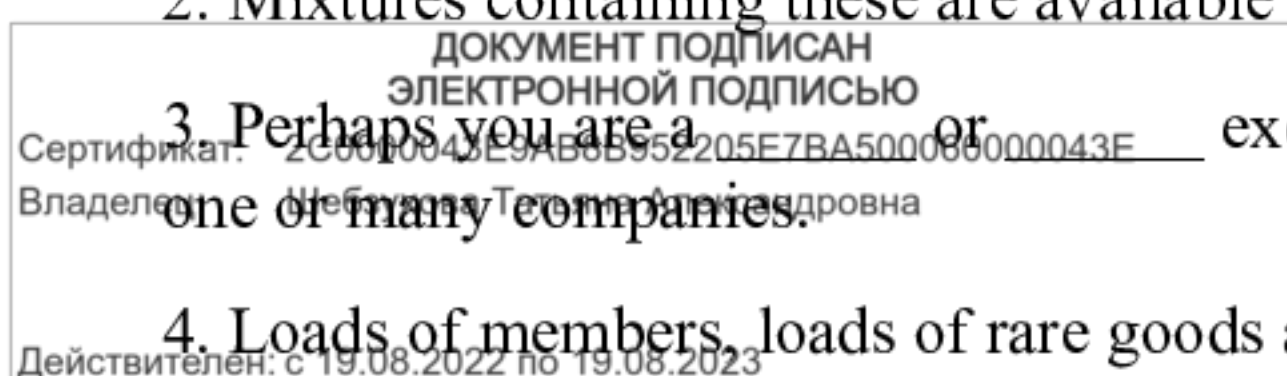
- 1) Travel agents market destinations.
- 2) Branding is perhaps the most powerful marketing weapon available to contemporary destination marketers.
- 3) Travel agencies don't need large marketing budgets.
- 4) Hospitality sales differ from sales of consumer goods because the former are both tangible and intangible products.

4. Find notions in the text according to their definitions:

- hotels, motels, inns and businesses that provide transitional or short-term lodging;
- a place that people will make a special trip to visit;
- a type of marketing that promotes a destination (town, city, region, country);
- distinctly identifiable department, division or unit that generates revenue through sale of goods or services;
- product specific, market specific, or company-wide plan that describes activities involved in achieving specific marketing objectives;
- a specific amount of sales that management sets for achieving or exceeding within a specified time frame;
- the process involved in creating a unique name and image for a product in the consumers' mind;
- systematically collecting names of the prospects (called leads);
- the premium that accrues to a brand from customers who are willing to pay extra for it;
- a person or company that arranges tickets, hotel rooms for people going on holiday or making a journey;
- the impression in the consumers' mind of a brand's total personality;
- a firm's high level plan for reaching specific business objectives.

5. Fill in the gaps using the verb "to sell" and its derivatives:

1. We create a _____ force that actually _____ those products.
2. Mixtures containing these are available from companies _____ spices and seasonings.
3. Perhaps you are a _____ or _____ executive responsible for _____ goods or products for one or many companies.
4. Loads of members, loads of rare goods all _____ at great low prices



5. It is a condition of _____ that tickets are not _____ on for more than their face value.

6. Translate into English and write the following sentences:

- 1) Задача отдела продаж и маркетинга – разбираться с жалобами клиентов и совершать телефонные звонки с целью продажи услуг.
- 2) Парк развлечений – подразделение отеля, приносящее основную прибыль.
- 3) Директор по телемаркетингу созвал совещание, на котором собирался проинструктировать менеджеров по продажам о новых правилах общения с клиентами.
- 4) Бассейн – сооружение, которое нуждается в техническом обслуживании и содержании.
- 5) Наша турфирма занимается организацией отдыха уже 15 лет.

Практическое занятие № 21.

Тема занятия: PR activities. Advertising / PR деятельность. Реклама

Цель: Формирование навыков делового взаимодействия на английском языке в профессиональной сфере.

В результате освоения темы студент должен

знать: лексику профессиональной направленности; нормы употребления лексики английского языка в профессиональной сфере; особенности грамматики профессионального английского языка;

уметь: осуществлять деловое взаимодействие на английском языке в профессиональной сфере; читать и переводить специальную литературу для пополнения профессиональных знаний.

Актуальность темы: обусловлена необходимостью овладением ОПК-1.

Теоретическая часть:

Advertising in the tourism industry can be somewhat different to advertising in other industries. In relation to a holiday for example, the customer is being sold an intangible product they can't see or touch before they buy. Often customers will pay for products before experiencing them. Given these factors, and the wide choice of tourism products available, customers have high expectations of product quality and value for money.

Vocabulary

1) to advertise (v.) – рекламировать, информировать

advertising (n.) – рекламное дело, рекламный анонс

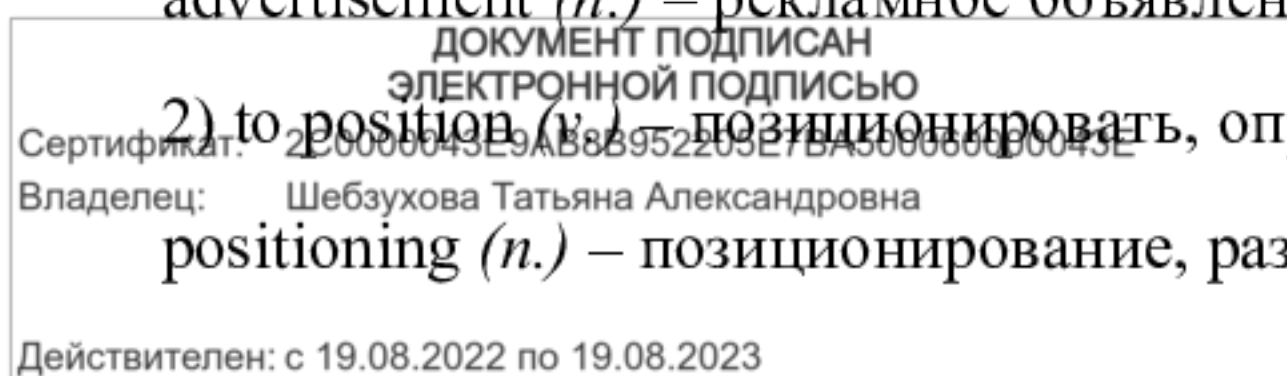
advertising cost (n.) – расходы на рекламу

advertising campaign (n.) – рекламная кампания

advertisement (n.) – рекламное объявление

2) to position (v.) – позиционировать, определить местоположение

positioning (n.) – позиционирование, размещение, строительство позиции



purchase a product, valid upon presentation of the advertisement. These processes enable the operator to determine: 1) where a customer heard about the product; 2) customer characteristics including their wants and needs; 3) customer contact details that can be retained in the database for future direct mail campaigns and surveys, 4) customer perceptions of the advertisement and product and subsequent experience with the product; and 5) customer suggestions to improve product appeal.

The growing power of the Internet, mobile technology and smart phones has offered new advertising forms in tourism and hospitality industry. Internet access via mobile devices registered growing popularity. Tourism and hotel companies that have recognized the importance of choices for advertising via mobile phones at a faster and easier way can reach to guests.

One of the best ways to generate online presence is through blogger outreach. By hosting bloggers in their country businesses can have them promote the tourism industry on the internet with articles and hashtags on social media.

It is not a secret that having a professionally renovated website is a key to drawing in the contemporary tourist. People want to see high quality photographs with detailed descriptions and cost breakdowns before they make a decision on where they want to travel. The website should be professionally designed and maintained in order to draw in the most traffic.

The value of online reservations and payment are highly underrated. If individuals can pay for their hotel room as well as book recreational activities online they will be far more likely to be interested in the area. Offering 24 hour booking and payment will make the business accessible and up-to-date.

Public relations differ from other marketing tools – mainly advertising – in communicating messages because it is the public relations that best creates the launch of a brand, as it has a greater credibility. Moreover, public relations are quite inexpensive compared to advertising.

Public relations are becoming one of the most important parts of marketing and sales functions of tourism as its definition includes promoting improved understanding between operators and their public. Images are built and created by public relations through print media, word of mouth, and the attitude of the targeted audience. If done properly, potential tourists will know how they will benefit, learn and grow from visiting a particular site or event.

The tour operators may utilise public relations in order to evaluate the market demand, create additional sales opportunities in the competitive market, and to reinforce quality of a product against adverse publicity. But the most common tools used in this industry are: 1) press releases; for example Hotel PR practitioners attract travel writers through well-written news releases and creative e-mail “pitches” designed to persuade reporters to visit. 2) fact sheets; when journalists are in the hotel, the PR manager should be certain that the journalists’ rooms are furnished with a complete fact sheet (or press kit) containing information on every detail; 3) web sites.

2. Answer the questions

1) In what way is advertising in the tourism industry different from advertising in other industries?

ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 2C0000043E9AB8B952005E7BA500060000043E
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

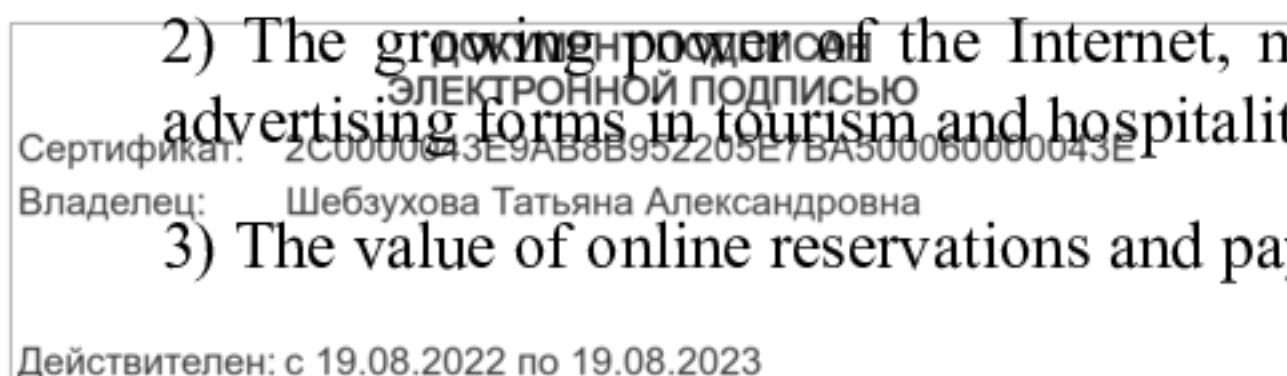
- 2) What factors can influence advertising decisions?
- 3) What means can help gather customer information and feedback?
- 4) What are new forms of advertising?
- 5) What are the ways of generating online presence?
- 6) Why are PR activities different from advertising?
- 7) How can tour operators use PR?
- 8) What are the most common tools of used in the industry?

3. Find notions in the text according to their definitions:

1) the activity or profession of producing advertisements for commercial products or services	
2) the professional maintenance of a favourable public image by a company or other organization or a famous person	
3) exposure The publicizing of information or an event, experience of something	
4) an effort to influence consumer perception of a brand or product relative to the perception of competing brands or products	
5) an investigation of the opinions or experience of a group of people, based on a series of questions	
6) websites and applications that enable users to create and share content or to participate in social networking	
7) the process of dividing the cost of something into the different parts that make up the total amount	
8) the messages or signals transmitted through a communications system	
9) customer's concluded arrangement with a goods' or services supplier representing a completed sale online	
10) an official statement issued to newspapers giving information on a particular matter	

4. Comment on the statements:

- 1) Advertising decisions will be influenced by a number of factors.
- 2) The growing power of the Internet, mobile technology and smart phones has offered new advertising forms in tourism and hospitality industry.
- 3) The value of online reservations and payment are highly underrated.



4) Public relations are becoming one of the most important parts of marketing and sales functions of tourism.

5. Fill in the gaps using the verb “promote” and its derivatives:

- 1) Sales _____ may be aimed at customers, middlemen, or at a firm’s own employees.
- 2) We just get very little in _____ materials so it’s hard to actually make some money off of it.
- 3) Other forms of tobacco _____, such as product placement (deliberate or otherwise) in films and via the internet, also must be dealt with.
- 4) E-Business City has been created exclusively for retailers _____ their web-based products and services.
- 5) Before you hand over any money or sign an agreement, ask _____ about the stages involved, such as research, marketing and licensing, and any associated costs.

6. The following are only a few of the many examples of government-produced tourism destination advertising that also serve political or social functions. Study the examples and answer the questions below:

- 1) What aspects /places/ features are emphasized in both texts?
- 2) What does “managing perceptions” involve?
- 3) Do you like the slogans proposed by the countries’ governments?

The Bahamas	India
The Bahamas are commonly considered to be a focal point of leisure and recreational travel in the Caribbean and the island nation advertises itself as such. Television ads and website produced by the government of the Bahamas specifically foster the image of the islands providing a care-free, exciting, culturally rich, and even romantic experience for travelers; a recent slogan for the marketing campaign was “It’s better in the Bahamas” to reinforce the contrast between the desired perception as a low-stress getaway and the hectic nature of whatever living environment tourists would be leaving behind. The Bahamas have, however, actually traditionally seen high violent crime rates, so the tourism marketing attempts to focus the audience’s attention on the azure water and beaches and draw it away from any negative elements of life there. Managing perceptions is a common part of advertising of	The common impression of India in the West has long been either negative—including perceptions of widespread poverty, lack of sophisticated hygiene, and violent ethnic and religious clashes—or ambivalent, so the Indian government’s Ministry of Tourism began a marketing campaign, “Incredible India,” to emphasize the country’s rich culture, historic sites, tourist attractions, and general sense of excitement and dynamism to western audiences. Tourism is an extremely lucrative and growing global industry so it is no surprise that India, a developing nation, is striving to capitalize on that market to boost its economy. In addition, India is also looking to strengthen its international security and diplomatic ties while broadening and deepening its trade relationships, especially with the U.S., so it is in India’s interest to promote a positive light for itself among the American and western

many consumer products and services, focusing the audience's mind solely on the desirable aspects of whatever is being sold and away from any possible drawbacks or consequences.	voting populations in order to garner future international support and aid.
---	---

7. Translate into English and write the following sentences:

- 1) Виды и средства рекламы выбираются на основе целей, стоящих перед туристическим агентством: нужно ли увеличить продажи или провести позиционирование товара на рынке.
- 2) Рекламное объявление должно предоставлять возможность для клиента для выражения своей удовлетворенности сервисом.
- 3) Реклама может использоваться в качестве инструмента сбора информации о клиентах агентства.
- 4) Специалисты по связям с общественностью могут использовать пресс-конференции для создания благоприятного имиджа гостиницы, предоставляя журналистам детальную и исчерпывающую справочную информацию.
- 5) Затраты на создание рекламы и ее размещение гораздо выше, чем продвижение компании через связи с общественностью.

Практическое занятие № 22.

Тема занятия: Professional Ethical Behavior Standards in the Hospitality Industry / Профессиональные стандарты этики в индустрии гостеприимства

Цель: Формирование навыков делового взаимодействия на английском языке в профессиональной сфере.

В результате освоения темы студент должен

знать: лексику профессиональной направленности; нормы употребления лексики английского языка в профессиональной сфере; особенности грамматики профессионального английского языка;

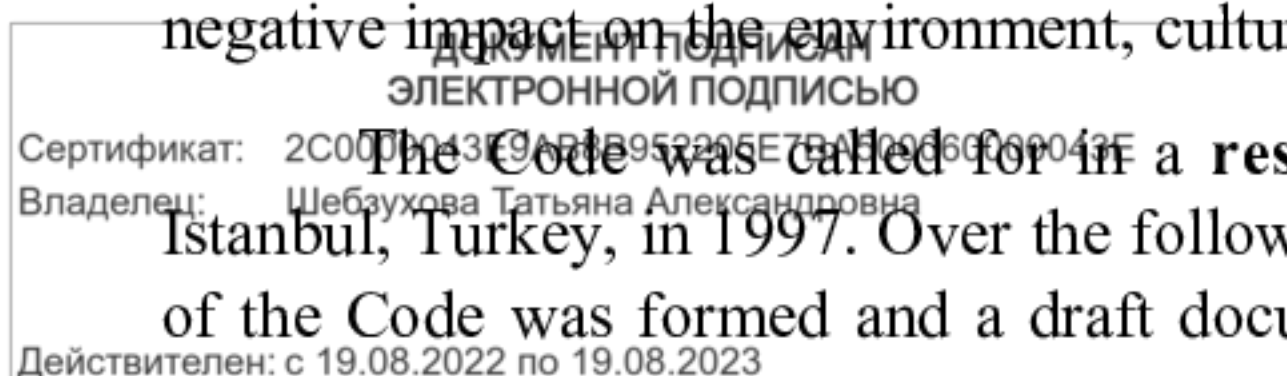
уметь: осуществлять деловое взаимодействие на английском языке в профессиональной сфере; читать и переводить специальную литературу для пополнения профессиональных знаний.

Актуальность темы: обусловлена необходимостью овладением ОПК-1.

Теоретическая часть:

As a fundamental frame of reference for responsible and sustainable tourism, the Global Code of Ethics for Tourism (GCET) is a comprehensive set of principles designed to guide key-players in tourism development. Addressed to governments, the travel industry, communities and tourists alike, it aims to help maximise the sector's benefits while minimizing its potentially negative impact on the environment, cultural heritage and societies across the globe.

The Code was called for in a **resolution of UNWTO General Assembly**, meeting in Istanbul, Turkey, in 1997. Over the following two years, a special committee for the preparation of the Code was formed and a draft document was prepared by the Secretary-General and the



legal adviser to UNWTO, in consultation with UNWTO Business Council, UNWTO's Regional Commissions, and the UNWTO Executive Council.

The United Nations Commission on Sustainable Development, meeting in New York in April, 1999, endorsed the concept of the Code and requested UNWTO to seek further input from the private sector, non-governmental organizations and labour organizations. Its acknowledgement by the United Nations expressly encouraged UNWTO to promote the effective follow-up of its provisions. Written comments on the Code were received from more than 70 UNWTO Member States and other entities. The resulting 10 point Global Code of Ethics for Tourism -the culmination of an extensive consultative process – was approved unanimously and adopted by the UNWTO General Assembly at its meeting in Santiago, Chile, in October 1999.

Although not legally binding, the Code features a voluntary implementation mechanism through its recognition of the role of the **World Committee on Tourism Ethics (WCTE)**, to which stakeholders may refer matters concerning the application and interpretation of the document.

The Code's 10 principles amply cover the economic, social, cultural and environmental components of travel and tourism:

Article 1: Tourism's contribution to mutual understanding and respect between peoples and societies

Article 2: Tourism as a vehicle for individual and collective fulfillment

Article 3: Tourism, a factor of sustainable development

Article 4: Tourism, a user of the cultural heritage of mankind and contributor to its enhancement

Article 5: Tourism, a beneficial activity for host countries and communities

Article 6: Obligations of stakeholders in tourism development

Article 7: Right to tourism

Article 8: Liberty of tourist movements

Article 9: Rights of the workers and entrepreneurs in the tourism industry

Article 10: Implementation of the principles of the Global Code of Ethics for Tourism.

Vocabulary

1) ethics – этика

adj. ethical – этичный, этический

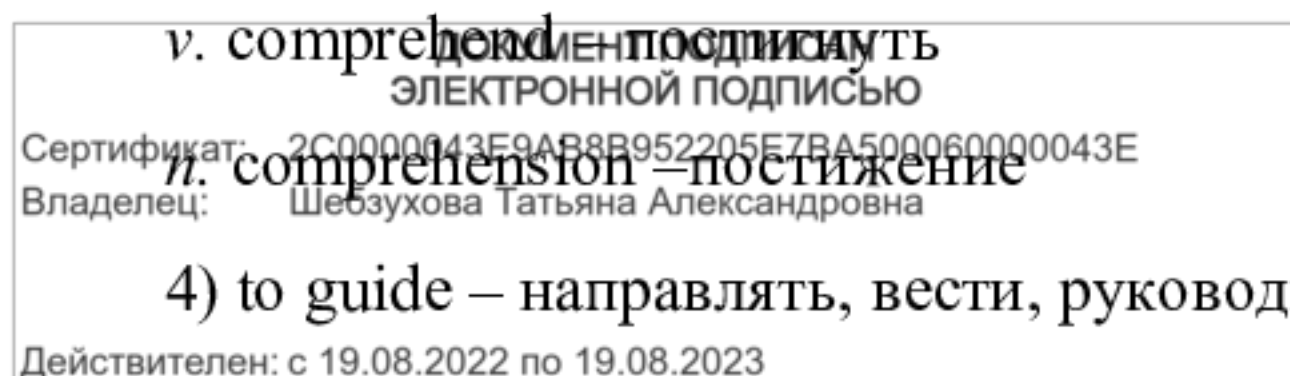
2) code of ethics – кодекс этики

3) comprehensive – всеобъемлющий, полный, обширный

v. comprehend – постигать

n. comprehension – постижение

4) to guide – направлять, вести, руководить



n. guidance – направление, руководство

5) heritage – наследие

6) a draft document – проект

7) to endorse

n. endorsement

syn. to approve (*of*), to support

8) input – вклад

syn. contribution

9) an entity – организация, орган

10) extensive – обширный

11) *v.* to extend – расширять, увеличивать

to extend to *smth* – распространяться на что-л.

12) unanimously – единодушно

13) to adopt – принимать, усваивать, перенимать

n. adoption – принятие, усвоение

14) acknowledgement – признание

v. to acknowledge – признавать

15) expressly – точно, ясно, определенно, специально

v. to express – выражать

16) a follow-up – доведение до конца; последовательное выполнение; последующие мероприятия

17) a provision – *зд.* положение, условие, постановление

v. to provide – обеспечивать, предоставлять

18) binding – обязывающий

19) to feature – показывать, фигурировать, быть представленным

n. a feature – черта

20) voluntary – добровольный

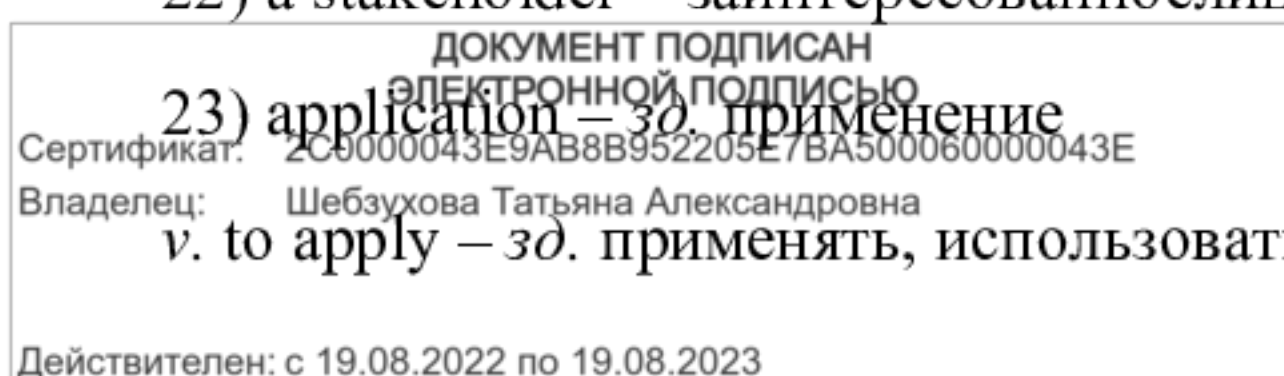
21) implementation – осуществление

v. to implement – осуществлять

22) a stakeholder – заинтересованное лицо

23) application – *зд.* применение

v. to apply – *зд.* применять, использовать



24) amply – широко, подробно

syn. broadly

25) mutual – взаимный

26) fulfillment – исполнение, осуществление, реализация (зд. потенциальных возможностей)

v. to fulfill – осуществлять, выполнять

syn. accomplish

27) enhancement – усиление, улучшение, увеличение

v. to enhance – усилить, улучшить, увеличить

Вопросыизадания:

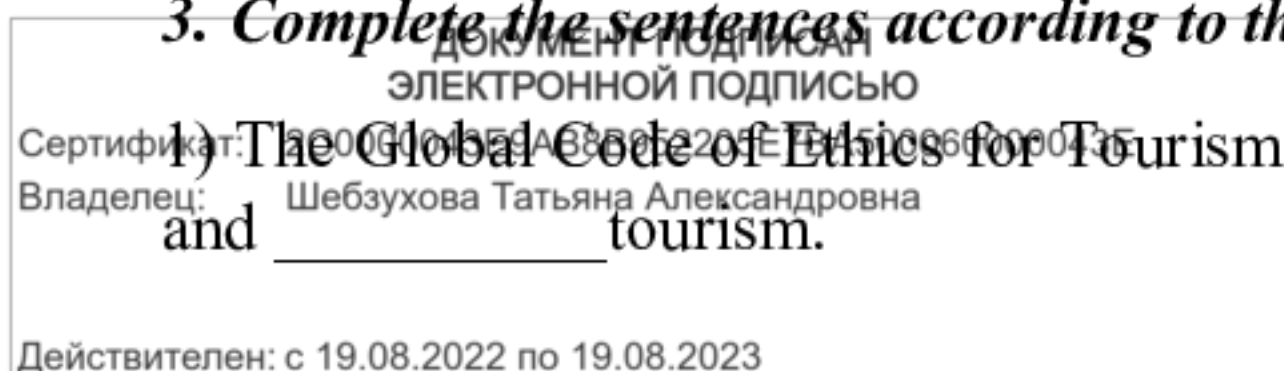
1. Study the Vocabulary list above and fill in the gaps with appropriate words from the list:

- 1) If you cannot _____ something, you cannot understand it.
- 2) He _____ that he had been negligent.
- 3) The policy we _____ 3 years ago wasn't effective.
- 4) To achieve a positive and collaborative workforce, employers should begin with training that promotes _____ *respect*.
- 5) This thesis demonstrates that collaboration between partners is a strategy that will _____ the development of a *heritage* tourism program.

2. Answer the questions:

- 1) What is the Code aimed at?
- 2) Who does the Code address?
- 3) Who prepared a draft document?
- 4) When did the document get endorsed?
- 5) What encouraged UNWTO to promote the effective follow-up of its provisions?
- 6) Is the Code a legal document?
- 7) What components of travel and tourism does the Code embrace?
- 8) How many principles does it cover?

3. Complete the sentences according to the text:



1) The Global Code of Ethics for Tourism is a fundamental frame of reference for _____ and _____ tourism.

makes use of natural or environmental resources for its operation; the protection and conservation of these resources on the other hand require ethical protocols.

These then stresses the strong relation of the hospitality industry with business ethics.

5. Find the words in the text by their meanings:

- a) the way in which someone conducts oneself
- b) a problem involving a difficult choice
- c) the activity of providing food, drinks, etc. for people who are the guests or customers of an organization
- d) a factor that plays a significant part in bringing about an end or result
- e) composed of distinct or unlike elements or qualities

6. Find the Russian equivalents of the following phrases in the text:

- 1) lines between right and wrong are blurred
- 2) one of the important economic contributors to most countries
- 3) in order to maintain the strong status of the industry
- 4) managers employ the appropriate business tactics
- 5) recognized as multi-billion dollar and still progressing industry
- 6) this industry enables the provision of vast services for the clients
- 7) emergency response mechanisms
- 8) surrounding tourism-oriented businesses
- 9) considering that its main objective is to serve people or tourists
- 10) the protection and conservation of these resources

7. Match up the words to make word partnerships. Find them in the text:

ethical	resources
economic	treatment
progressing	industry
business	contributor
equal	behavior

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E
Владелец: Шебзухова Татьяна Сергеевна

Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

individual environmental	ethics responsibilities
-----------------------------	----------------------------

8. Fill in the gaps with appropriate prepositions:

- 1) ... different beliefs ____ what constitutes ethical behavior...
- 2) ... the distinctions ____ moral right and wrong ...
- 3) ... situations can lead ____ ethical dilemmas ...
- 4) When faced ____ ethical dilemmas ...
- 5) ... dealing ____ ethical dilemmas ...
- 6) ... one of the important economic contributors ____ most countries ...
- 7) ... essential in the hospitality industry ____ a number of reasons ...

9. Complete the text with appropriate words in the box:

diverse ethics interacts rights green apply hotels resources ethical adheres

In the hospitality industry 1 _____ issues abound both for the business itself and the community at large. Business 2 _____ is a complicated subject that can be described as the behavior that a business 3 _____ to in its daily dealings with the world. The ethics of a particular business can be 4 _____. They 5 _____ not only to how the business 6 _____ with the world at large, but also to their one on-one dealings with a single customer. Now the hospitality industry in general and 7 _____ specifically have seem to be behind most businesses when it comes to ethics in concern to going 8 _____, human 9 _____, diversity, human 10 _____, and hotel relationships.

10. Write English equivalents:

составлять;

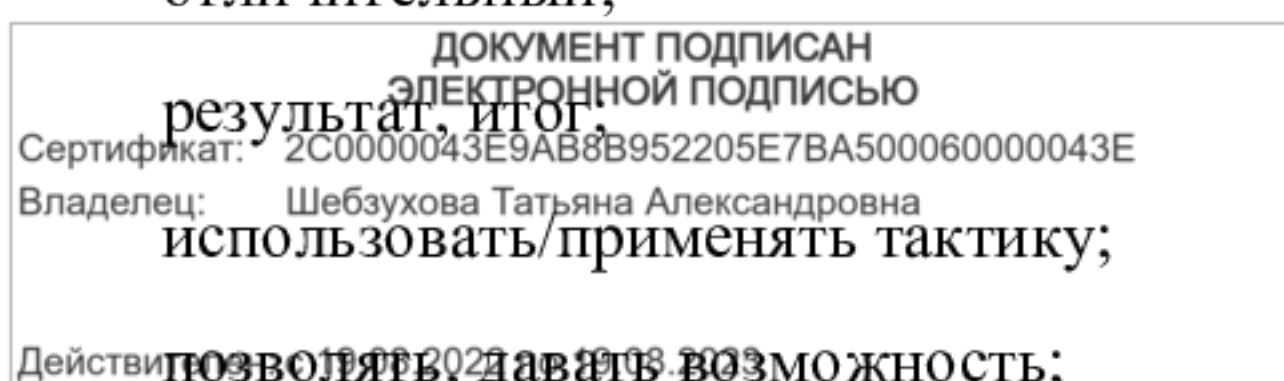
отличать;

отличительный;

результат, итог,

использовать/применять тактику;

позволять, давать возможность;



план действия в нештатных ситуациях;

предоставлять услугу.

11. Translate into English and write the following sentences:

1) Туристские ресурсы являются всеобщим достоянием человечества; сообщества, на территории которых они расположены, обладают по отношению к ним особыми правами и обязанностями.

2) Следует поощрять и содействовать развитию семейного, молодежного и студенческого туризма, а также туризма для пожилых лиц и инвалидов.

3) Участники туристского процесса должны признать роль, которую играют международные организации.

4) Особо полезными формами туризма, которые следует поощрять, являются поездки с религиозными, оздоровительными, образовательными целями, а также для культурных и языковых обменов.

5) Местное население должно привлекаться к туристской деятельности и участвовать на равноправной основе в получении образующихся экономических, социальных и культурных выгод.

Практическое занятие № 23.

Equivalents of Modal verb to have/Эквиваленты модального глагола to have

Грамматика: Equivalents of Modal verb to have/Эквиваленты модального глагола to have

Цель: Формирование коммуникативных компетенций, овладение лексикой и грамматикой.

Знать: базовые нормы употребления лексики, фонетики и грамматики.

Уметь: читать, переводить и пересказывать тексты на иностранном языке с использованием справочной и учебной литературы; осуществлять коммуникацию на иностранном языке.

Актуальность темы: обусловлена необходимостью овладением УК-4

Теоретическая часть:

Модальные глаголы can, may, must не могут образовывать форму будущего времени, не изменяются по лицам, не подчиняются грамматическим правилам. Поэтому на помощь каждому из указанных глаголов приходят специальные конструкции, которые используются для замены и восполнения недостающих форм модальных глаголов, и называемые их эквивалентами.

Эквивалент модального глагола can

Эквивалентом модального глагола can является конструкция to be able to, которая переводится на русский язык «быть способным» и идеально подходит модальному глаголу can, выражающему умственную и физическую способность человека.

Конструкция to be able to состоит из глагола to be, являющаяся подвижной частью этой конструкции, изменяющейся по лицам и числам в настоящем, прошедшем и будущем времени, и прилагательного able – способный, которая является неподвижной частью конструкции после которой нужно обязательно использовать инфинитив глагола с частицей to. Несмотря на то, что модальный глагол can имеет формы настоящего и

прошедшего времени, и эквивалент нам нужен, фактически, для образования будущего времени, мы тем не менее можем при желании пользоваться эквивалентом и для перевода предложений как в настоящем так и в прошедшем времени. Обратите внимание на перевод следующих предложений:

Я могу решить эту задачу сам — I can solve this task myself = I am able to solve this task myself

Эквивалент модального глагола may

Эквивалентом модального глагола may является конструкция to be allowed to, также состоящая из глагола to be и причастия совершенного вида, образованного от английского глагола allow – разрешать. Подобно конструкции to be able to, о которой мы говорили выше, мы используем to be allowed to для выражения будущего времени, но можем также использовать при желании и в настоящем и прошедшем времени.

Вам разрешат навестить ее завтра – you will be allowed to visit her tomorrow

Эквивалент модального глагола must

Модальный глагол must восполняет свои недостающие формы прошедшего и будущего времени при помощи эквивалентного выражения to have to и to have got to, после которого также необходимо использовать инфинитив глагола.

I have to perform this work today — мне нужно (я должен) выполнить эту работу сегодня
You / they had to leave for Moscow two days ago – вы / они должны были (им пришлось) уехать в Москву два дня назад

Отрицательная и вопросительная форма конструкции to have to образуется при помощи вспомогательного глагола do, does в настоящем времени и did в прошедшем времени.

Do I / you / they have to perform this work today?

I / you / they / she / he did not have to consider that matter yesterday

Будущее время to have to образуется при помощи форм будущего времени глагола have: shall have для первого лица единственного и множественного числа и will have для остальных лиц

I shall have to visit my friend at a hospital

She will have to return home by 5 tomorrow

Если в качестве эквивалента используется конструкция to have got to (had got to для прошедшего времени) нам не нужно использовать вспомогательные глаголы do, does, did для образования вопросительной и отрицательной форм, т.к. в данной конструкции вспомогательным глаголом является глагол have.

Обратите внимание на следующие предложения:

I have got to go to the country

Have I got to go to the country?

I have not got to go to the country

Лексические единицы по теме: active holiday, sporting tour, to exercise, to keep physically fit, enjoy natural surroundings, fresh air, clean water, combine action and relaxation, a sporting holiday, hiking, cycling, boating, rafting, require preparation, tour instructors, sporting equipment

Вопросы задания:

1. Перепишите каждое предложение дважды: в прошедшем и в будущем времени. Замените модальный глагол must его эквивалентом

1. You must read the text several times.

2. The doctor must examine the child.
3. You must take part in the work.
4. She must go if she doesn't want to be late.
5. They must get ready for exams.
6. He must do it on time.
7. I must ask my parents.

2. Напишите форму эквивалента модального глагола CAN в зависимости от времени

1. I _____ swim when I was four.
2. Now I _____ use a computer very well.
3. I _____ to play the piano when I was seven.
4. I _____ to drive a car next year.
5. Now I _____ not drive a car.

3. Напишите форму модального глагола can, could или be able to в зависимости от типа предложения (+,-,?) и времени

1. What is your favourite sport? — Swimming. I _____ swim when I was four.
2. Do you like Maths? — Maths is my worst subject. I _____ to do sums (-).
3. I need your help with English. — Ok, _____ you _____ to come to my place tomorrow?
4. Why did you buy a new computer? — The old computer was very slow. I _____ play games on it (-).
5. I think the box is heavy. — No, it's OK. I _____ carry it.
6. Did you go out on Saturday? — No, I didn't. I _____ go out because I was ill (-).
7. They _____ to speak English two years ago.
8. Kate _____ to come to the party tomorrow.
9. He is lazy. I think he _____ to get a good job (-).
10. She didn't study hard and _____ to enter a university (-).

4. Вставьте модальный глагол may (might) или выражение to be allowed to. Вставляйте to be allowed to только в тех случаях, где may (might) употребить нельзя

1. He ... go home if he likes.
2. As soon as the boy ... leave the room, he ran out to join his friends outside.
3. The doctor says I am much better. I ... get up for a few hours every day.
4. ... I bring my sister to the party?

5. He asked if he ... bring his sister to the party.

6. After the children had finished their homework, they ... watch TV.

7. He ... join the sports club as soon as he passes his medical examination (медицинскийосмотр).
8. His mother said that everybody... take part in the picnic.
9. If you pass your exams, you ... go to the south.
10. ... you ... to go out in the evening?
11. ... I borrow your car, please?
12. He asked if he ... borrow my car.
- 13.... I have a look at your newspaper?
14. One day all his dreams ... come true.
15. ... Kate ... to have a pet?

Практическое занятие № 24.

Тема занятия: Western Versus Eastern Cross-cultural Communication

/Западный против Восточного типа межнационального общения

Цель: Формирование навыков делового взаимодействия на английском языке в профессиональной сфере.

В результате освоения темы студент должен

знать: лексику профессиональной направленности; нормы употребления лексики английского языка в профессиональной сфере; особенности грамматики профессионального английского языка;

уметь: осуществлять деловое взаимодействие на английском языке в профессиональной сфере; читать и переводить специальную литературу для пополнения профессиональных знаний.

Актуальность темы: обусловлена необходимостью овладением ОПК-1.

Теоретическая часть:

Task 1. *Learn the words.*

decision making принятиерешения Decision making involves much thinking. Decision making requires time.

eastern, a восточный Eastern culture verses western culture. Eastern culture is more ceremonial. **enterprise, n** предприятие Problem of cross-cultural communication is essential for the work of enterprises. Enterprises are multinational.

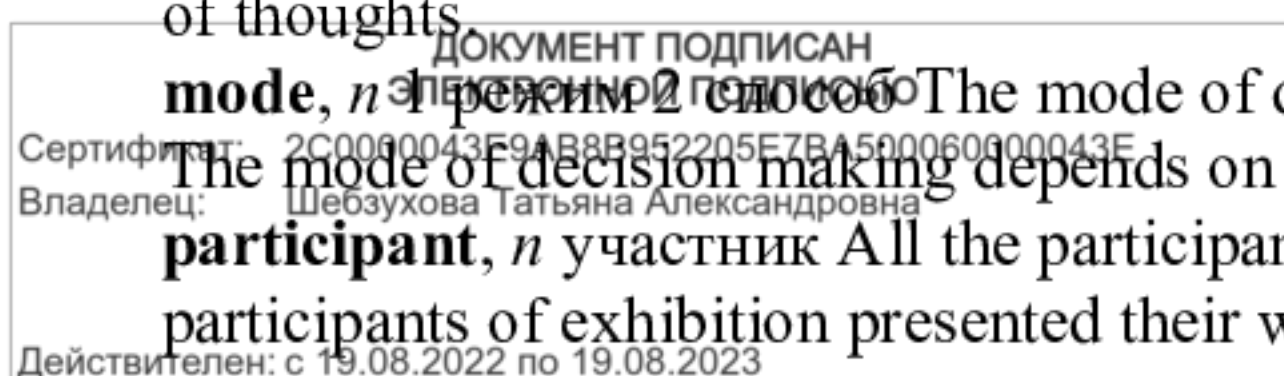
exchange of opinions обменмнениями Exchange of opinions continued till 5 p. m. Exchange of opinions will continue tomorrow.

express consolidated will выражатьконсолидированноенамерение The people of eastern culture express consolidated will. It's the mode of work to express consolidated will.

flow, n 1 течение 2 поток The flow of words has suddenly stopped. Thinking arouses the flow of thoughts.

mode, n 1 режим 2 способ The mode of decision making differs in eastern and western cultures. The mode of decision making depends on the type of culture.

participant, n участник All the participants of the group took part in the discussion. The participants of exhibition presented their works.



proposed agenda предлагаемая повестка дня The group leader presents the proposed agenda. The proposed agenda has to be openly voted.

reach a decision 1 прийти к решению 2 принять решение To reach a decision, American participants of the group speak openly. To reach a decision, Japanese participants of the group discuss the problem previously.

quite the reverse совсем наоборот Eastern culture is, quite the reverse, collectivistic. This culture is, quite the reverse, ritualistic.

take into account принять во внимание We take into account communication style. Intercultural transformation has to be taken into account.

temporal aspect временной аспект

Temporal aspect is one of the components of appreciation of decision making. Temporal aspect means taking long-term or short-term decisions.

understand (understood, understood, understanding), understands, *у* понять To understand the culture of another country, you have to study it. It's not difficult to understand the culture of another society if you have a wish to do it.

western, *а* западный Western culture is less ritualistic than the eastern culture. Western culture is individualistic.

Task 2. *Analyse the morphologic structure of modifiers. Adjectives:* collective, consolidated, cross-cultural, cultural, dissimilar, eastern, final, formal, ingenious, multinational, national, non-western, previous, scientific, temporal, unlike, western. *Adverbs:* anew, certainly, cross-culturally, ethnically, previously.

Task 3. *Form the all the derivative words of the verb **present** (not less than 9 words).*

Task 4. *Read the text and explain why theoretical studies of eastern and western cross-cultural communication are so important.*

Western Versus Eastern Cross-cultural Communication

Theoretical studies of cross-cultural communication reveal differences and certainly, the problems, which have to be overcome between the western and the eastern world. The western concept of scientific world versus non-western concept of Asian lifeworld. More people are crossing their national boundaries nowadays and beginning their work in other countries, sometimes, with cultural background unlike their ingenious culture. The problems of cross-cultural communications arise both in everyday life and at the working places. There is a tendency that companies and enterprises become multinational. The problems arise from the fact that there exist dissimilar ways of decision-making. Though the roots of cognition are universal, the values, behaviour, beliefs, and feelings vary in the societies. Dealing with the problem, we have to take into account the personality taking decisions, the way and kind of discussion, temporal aspect and the mode of reaching a decision. In America individual can take a decision, but in the eastern countries the role of the leader is to follow and understand the flow of discussion. The discussion of the problem in America is done according to the proposed agenda and on the base of collective exchange of opinions of all the group participants. In Japan, quite the reverse, are held prior consultations on the agenda. If the decision is previously taken, it is next represented at the formal meeting. If there is no previous decision making, the agenda is not presented at the meeting at all. If the temporal period of taking decision is too short, in the eastern country it can be prolonged. In the western world the final decision is announced and voted, and in the eastern country the participants have to express consolidated will. Thus, the question of who ethnically will be responsible for taking decisions in the process of the discussion and for the final decision ought to be cross-culturally investigated.

Практическое занятие № 25.

Verbs used to, be used to, get used to/ Глаголы used to, be used to, get used to

Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Грамматика: Verbs used to, be used to, get used to/Глаголы used to, be used to, get used to.

Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

Цель: Формирование коммуникативных компетенций, овладение лексикой и грамматикой.

Знать: базовые нормы употребления лексики, фонетики и грамматики.

Уметь: читать, переводить и пересказывать тексты на иностранном языке с использованием справочной и учебной литературы; осуществлять коммуникацию на иностранном языке.

Актуальность темы: обусловлена необходимостью овладением УК-4

Теоретическая часть:

Эти три конструкции часто вызывают сложности. Used to используется для разговора о привычках. При этом used to + inf. относится исключительно к прошлому времени, а get used to + noun/-ing или be used to + noun/-ing могут использоваться в любом времени. Чтобы понять, в каких ситуациях необходимо применять каждую из конструкций, рассмотрим их более подробно.

Used to + Inf.

Used to + Inf. используется только для прошлого времени и для тех повторяющихся действий, состояний и привычек, которые сейчас уже не актуальны.

She used to be overweight, but now she's slim. – Она раньше имела лишний вес, но сейчас она похудела.

Конструкция used to + inf. может быть заменена обычным Past Simple с тем же значением. Эту конструкцию можно использовать, чтобы сделать акцент на прошлом, но в целом она имеет то же самое значение, что и Past Simple.

She used to work a lot before she had a child. = She worked a lot before she had a child. – Она много работала перед тем, как у нее появился ребенок.

Конструкцию used to + inf. нельзя использовать для одноразовых действий произошедших в конкретный момент времени в прошлом, в таких случаях нужно использовать только Past Simple.

I used to see him only once. – I saw him only once. – Я видел его только однажды

Get used to / Be used to + noun/-ing

Эти две конструкции очень похожи, они обе используются для разговора о том, к чему мы привыкли на момент разговора, но есть все же небольшое отличие. Конструкция get used to + noun/-ing применяется к процессу привыкания, а be used to + noun/-ing – к результату. Обе эти конструкции используются, когда есть момент адаптации к новой ситуации. Для разговора о привычных ежедневных действиях обычно используется Present Simple.

Be used to + noun/-ing

Если мы привыкли к новой ситуации и хотим сообщить об этом собеседнику, нужно использовать be used to + noun/-ing. Конструкция может быть использована не только в настоящем времени, но так же в прошлом и будущем.

I've lived in London for three years and I'm used to bad weather. – Я живу в Лондоне уже три года и привык к плохой погоде.

When I met Alan I was used to living alone and I didn't want any flat mates. – Когда я познакомился с Аланом, я привык жить сам и не хотел никаких соседей по квартире.

Данная конструкция не используется во временах группы Continuous/Progressive или Perfect. Для этих времен применяется конструкция get used to + noun/-ing

I am being used to driving this car. – I'm getting used to driving this car. – Я привыкаю к езде на этой машине.

I have been used to having lunch at work. – I have got used to having lunch at work. – Я привык обедать на работе.

Отрицательное предложение: am/is/are not привык к такому шуму поэтому не может уснуть.
He isn't used to this noise so he can't sleep. – Он не привык к такому шуму поэтому не может уснуть.

Вопросительное предложение: Am/is/are... Are you used to driving on the left? – use to ... ? Ты привык к левостороннему вождению?

Get used to + noun/-ing

Если привыкание к новой ситуации потребовало от нас определенных усилий, или мы хотим сделать акцент на процессе или длительности привыкания, то в этих случаях лучше применить конструкцию get used to + noun/-ing. Так же, как и предыдущая, эта конструкция тоже может применяться к настоящему, прошлому и будущему времени.

When I moved from my parents, first time I felt lonely. But now I got used to living alone. – Когда я переехал от родителей, то первое время я чувствовал себя одиноко. Но сейчас я уже привык жить один.

Важно! После used to используется только infinitive. После be/get used to используется либо gerund (глагол с окончанием -ing), либо noun (существительное).

Вопросы и задания:

1. Поставьте слова в правильном порядке, чтобы составить предложения

1. used – we – France – in – to – live
2. getting – I'm – to – here – living – now – used
3. gym – get – I'll – to – used – to – going – the – soon
4. hair – blonde – she – have – to – used
5. neighbor – I'm – used – not – my – to – new
6. quickly – they – countryside – used to – got – in – to – the – living – very
7. used to – Mel – home – work – walking – from – is
8. can't – Sam – divorce – used to – living – after – get – alone

2. Завершите предложения формами used to/be used to/get used to. При необходимости используйте отрицательную форму

1. When Kate moved to England, she couldn't _____ British accent.
2. I know Mary, we _____ go to the same cooking class.
3. We _____ local food, it's too spicy.
4. It's difficult for American drivers to _____ driving on the left side of the road in Britain.
5. Have you seen Sam's new car? Before he got it, he'd _____ get to work by bus.

6. Working overtime isn't a problem for me. I _____ it. I did the same at my previous job.
7. When Tina lived with her parents, she _____ have a big house, but now she lives in a small room and she finds it difficult _____ it.
8. I _____ working in this company very quickly, people are very friendly here.
9. When he was younger, Mike _____ go camping a lot. But now he does it very often and enjoys it so much.
10. I don't like going to the discos because I _____ that kind of music.

Практическое занятие №26

Тема занятия: Stages of Intercultural Relationships/Стадии межкультурных отношений

Цель: Формирование навыков делового взаимодействия на английском языке в профессиональной сфере.

В результате освоения темы студент должен

ЗНАТЬ: лексику профессиональной направленности; нормы употребления лексики английского языка в профессиональной сфере; особенности грамматики профессионального английского языка;

уметь: осуществлять деловое взаимодействие на английском языке в профессиональной сфере; читать и переводить специальную литературу для пополнения профессиональных знаний.

Актуальность темы: обусловлена необходимостью овладением ОПК-1.

Теоретическая часть:

Task 1. *Learn the words.*

appear (appeared, appeared, appearing), appears, v 1 появляться 2 казаться Intercultural communication had appeared before interracial communication. It appeared at the beginning of the development of communication theory.

challenge, *n* 1 сложная задача 2 проблема Challenges have to be solved. Challenges are versatile. **clarification**, *n* 1 разъяснение 2 уточнение There has to be clarification of communication style. There has to be clarification of the perceptions and values as well.

deepen (deepened, deepened, deepening), deepens, *v* углублять 2 расширять One ought to deepen the knowledge about another culture. We have to deepen the knowledge of another language.

enough, *adv* достаточно This knowledge is enough to solve challenge. The amount of knowledge has to be enough to understand the processes of intercultural communication.

explanation, *n* объяснение We base intercultural relationships on the explanation of another culture. This explanation of theory is not valid.

interracial communication междрасовая коммуникация Interracial communication is a multidimensional process. Interracial communication is insufficiently studied process.

justify (justified, justified, justifying), justifies, v 1 оправдать 2 обосновать These theoretical investigations are justified. The practice of implementation of this theory is justified.

part, *n* часть Theory of intercultural communication is a part of theory of communication.
Theory of cross-cultural communication is also a part of theory of communication.

purpose, *n* цель The purpose of this investigation is to find similarities of cultures. The purposes of the paper are presented in introduction.

respect (respected, respected, respecting), respects, *v* 1 уважать 2 соблюдать We have to respect the values of another culture. We have to respect the feelings of other people.

share (shared, shared, sharing), shares, *v* 1 разделять 2 делить 3 участвовать Intercultural communication occurs during shared work. It can also occur during shared learning.

Task 2. *Analyse the use of the verbs from the text 'Stages of Intercultural Relationships'. Write all the forms of regular verbs and the form in the third person singular. Make sure that you understand the meaning of these verbs. Example: appear, appeared, appeared, appearing, appears.*

Ask, base, enter, exist, explain, deepen, investigate, justify, occur, recognise, respect, share.

Task 3. *Write the forms of irregular verbs: be, find, overcome, take.*

Task 4. *Read the text and find out the stages of meeting the challenges in the process of intercultural communication.*

Stages of Intercultural Relationships

Theory of intercultural communication investigates the issues of interaction between representatives of different cultures from the view of social interaction and racial backgrounds. It is a part of interracial communication, though the practice of intercultural communication had appeared before the investigation of interracial communication. In the process of intercultural communication occur both cultural differences and similarities. Cultural differences exist from the very beginning; the task is not to deepen these differences, but to find similarities in communication style, perceptions and values at the first stage of interrelations. The second challenge is overcoming nervousness in the process of intercultural communication, because there is no enough knowledge about another culture. And we ask ourselves about the purposes of communication, why it is justified, if the purposes of this communication are entering another group of the society or there is such a need for the shared work. Then intercultural relationships are based on explanation, clarification of another culture. Crossing international boundaries has also to be explained to native communities. At the next stage in the process of intercultural relationships differences are shared and respected by individuals.

Практическое занятие № 27.

Тема занятия: Computer reservation system/Компьютерная система бронирования.

Цель: Формирование навыков делового взаимодействия на английском языке в профессиональной сфере.

В результате освоения темы студент должен

знать: лексику профессиональной направленности; нормы употребления лексики английского языка в профессиональной сфере; особенности грамматики профессионального английского языка;

уметь: осуществлять деловое взаимодействие на английском языке в профессиональной сфере; читать и переводить специальную литературу для пополнения профессиональных знаний.

Актуальность темы: обусловлена необходимостью овладением ОПК-1.

Документ подписан
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

Теоретическая часть:

Computer reservation system (CRS) is probably the most widely used technological tool in the tourism industry. It is basically an electronic system used to promote sales and provide fast and accurate information about availability, price, and bookings of products and services. It was originally designed and employed by airlines for flight ticket reservation, but nowadays CRS is used to store and distribute information about tourism products and services to the public either directly or through intermediaries, which also allows reservations to be made. The distribution of such information among customers and intermediaries has resulted in a series of alliances, mergers, and acquisitions among service providers, and this booking system has since evolved into what is widely known as the global distribution system, also referred to as eMediaries. The leading global distribution companies are Amadeus, Galileo, Sabre, and Worldspan.

The primary reason for making use of computers in the handling of reservations is to increase yield metrics, but this entirely depends on the level of CRS integration with other information systems and applications. This is because CRS do not only tremendously help in processing reservations, but they also support decision making in marketing and sales (e.g. yield management, discount policies, the creation of guest records, etc.). Integration between CRS and distribution channels can improve efficiency, facilitate control, reduce personnel, and enable more rapid response time to both customers and management requests whilst enabling personalized service and relationship marketing.

Task 1. *Study the words.*

: put through calls, typical conversation, ask questions, ability to reply, depend on acquired English knowledge, listening and speaking skills, a few set phrases, speak on the phone in English, require a similar language level, present a professional image in the firm, have a good level of English, linguistic protocol for speaking on the telephone in English

Task 2. *Translate into English.*

Впервые понятие «Компьютерная Система Бронирования» (КСБ) появилось в Европе и США в 60-х годах. «Телефонная» технология бронирования мест туристскими агентами и «бумажная» технология управления заполняемостью рейсов авиакомпаниями перестали справляться с обслуживанием растущего пассажиропотока, что и привело к необходимости автоматизации подобного рода деятельности.

Первые КСБ были созданы отдельными авиакомпаниями и предназначались исключительно для обслуживания нужд собственных туристических агентов.

Спустя некоторое время такой подход привел к тому, что, с одной стороны, в активно работающих турагентствах было установлено несколько терминалов КСБ, принадлежащих различным авиакомпаниям, а, с другой стороны, авиакомпаниям приходилось тратить все больше и больше средств на технологическое развитие КСБ.

Логичным решением в этой ситуации стало объединение усилий авиакомпаний в разработке и продвижении КСБ на рынке. Результатом этой интеграции явилось возникновение глобальных систем резервирования (Global Distribution System - GDS).

Практическое занятие № 28. Modal verbs ought to, should, dare/Модальные глаголы должен, следует, осмеливаться

Грамматика: Modal verbs ought to, should, dare/Модальные глаголы должен, следует, осмеливаться

Цель: Формирование коммуникативных компетенций, овладение лексикой и грамматикой.

Знать: базовые нормы употребления лексики, фонетики и грамматики.

Уметь: читать, переводить и пересказывать тексты на иностранном языке с использованием справочной и учебной литературы; осуществлять коммуникацию на иностранном языке.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 3952200000000000041
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

Актуальность темы: обусловлена необходимостью овладением УК-4

Теоретическая часть:

Модальные глаголы *should* и *ought to* очень часто рассматривают вместе, поскольку между ними почти нет никакого различия. Очень часто они взаимозаменяемы.

Одним из различий есть то, что после *should* следует инфинитив без частицы *to*, в то время, как за глаголом *ought* всегда следует инфинитив с частичкой *to*.

Когда речь идет о действии в будущем или настоящем употребляется *Indefinite infinitive*.

В то время, когда речь идет о прошлом, *Perfect infinitive* показывает, что обязательство не было выполнено.

Модальные глаголы *should* и *ought to* выражают совет, субъективную или моральную необходимость совершения действия.

Модальный глагол *dare* переводится как иметь смелость что-то сделать. В отрицательном значении – как не иметь смелость что-либо сделать. Он имеет две формы – настоящую *dare* и прошедшую *dared*.

Лексические единицы по теме: *tourist companies, develop and put together tour packages, market research, tours, advertise, publish colourful brochures, booklets and travellogues, sell tour packages wholesale, travel agencies, direct to the public, produce and sell products*

Вопросы и задания:

1. Вставьте *should* или *shouldn't* по смыслу

1. The sun is really strong. He _____ put on some sun cream.
2. If Meredith's got a really bad cold, she _____ go to school.
3. We _____ eat in the classroom.
4. If she's got a headache, she _____ take an aspirin.
5. The weather's very hot. You _____ wear a coat.
6. They've found some money. They _____ take it to the police.

2. Вставьте *should* или *shouldn't*

1. Sally _____ work more as she's missed some lessons.
2. Mothers _____ shout at their children.
3. The toddler _____ be in bed, as it is very late.
4. Everyone _____ be careful while driving.
5. Governments _____ respond to all the notifications.
6. Governments _____ lead an effective social policy to protect the most vulnerable people.
7. Families _____ be together at Christmas.
8. The woman in her condition _____ drink, as it's dangerous for her health.
9. United Nations efforts _____ compromise the independence of the individual countries.

10. Greg _____ have said it to Megan. He _____ have praised her to give her positive emotions.

3.Переведите на английский язык, используя глагол *dare*

1. Он осмелился сделать первый шаг.
2. Она не осмеливается сказать ему это.
3. Она не смеет просыпаться так поздно.
4. Он еще осмелился проспать экзамен.
5. Они осмеливаются думать об этом.
6. Никто из них не осмелился туда пойти.

Практическое занятие № 29. Tourist industry/Туристическая индустрия

Практика речи: Tourist industry/Туристическая индустрия

Цель: Формирование коммуникативных компетенций, овладение лексикой и грамматикой.

Знать: базовые нормы употребления лексики, фонетики и грамматики.

Уметь: читать, переводить и пересказывать тексты на иностранном языке с использованием справочной и учебной литературы; осуществлять коммуникацию на иностранном языке.

Актуальность темы: обусловлена необходимостью овладением ОК-3

Теоретическая часть:

Tourism has been one of the fastest growing industries in recent years. The growth rate of tourism has generally exceeded the growth rate for the worldwide economy. In spite of its rapid growth, it is not easy to define tourism. Tourism necessarily involves travel, a tourist is usually defined as a person who is visiting some place other than his usual residence for more than 24 hours. A tourist is distinguished by the length of his trip from an excursionist, who is away from his usual residence for less than 24 hours, or a weekend.

The purpose of travel must also enter into the definition of tourism. Many people travel entirely for the purpose of recreation, or pleasure, they are people on holiday. Other people travel for reasons of health. Other people travel to visit friends or relatives, a reason that has become more important because of increased mobility throughout the world. Still others travel in order to educate themselves because travel is broadening the mind.

All of these people are generally considered tourists since the primary reason for their trips is recreation. Most tourist statistics also include people who are travelling on business. Among them are businessmen and government officials on specific missions, as well as people attending meetings or conventions. A kind of business travel is the incentive trip. This trip is given to a man as a bonus or reward for good work.

Many people among those travelling on business often combine pleasure with their work. They also use the same transportation, accommodation and catering facilities as the holiday tourists. Accommodation refers to hotels or other places where a traveller can find rest and shelter; catering facilities refers to places where a traveller can find food and drink.

Tourism is a relatively new phenomenon in the world. Since being away from home is a necessary component of tourism, its development as a mass industry depended on modern means of rapid and inexpensive transportation. Tourism as we know it today began with building of the railroads in the 19th century. In fact, the words tourism and tourist themselves were not used for the first time until about 1800.

Steamships also developed tourism, especially across the North Atlantic, the main route of modern tourism. Cars and airplanes have become the most popular means of transportation for recreational purposes in recent years. But the greatest growth in international tourism took place only after the end of World War II in 1945, and it's connected with the growth of air transportation.

The tourist industry is not a single entity. It consists of many different kinds of enterprises that offer different services to the traveller. Tourism benefits not only airlines, hotels, restaurants, cafes, casinos, and taxi drivers, but also many commercial manufacturers of such different things as sunglasses, cameras, film, and sports clothing.

The futurist, John Naisbit, says that the global economy of the twenty-first century will be driven by three super-service industries: telecommunications, information technology, and travel and tourism.

The fact that tourism is expected to grow so rapidly presents both tremendous opportunities and challenges. The good news is the variety of exciting career prospects for today's hospitality and tourism graduates. Tourism, although a mature industry, is a young profession. Careful management of tourism and travel will be necessary to avoid repercussions and negativism toward the 'pesky' tourist – which is already happening to some extent in Europe, where the sheer number of tourists overwhelms attractions and facilities.

Вопросы и задания:

1. Ответьте на вопросы

- Why is tourism the fastest growing industry?
- What are the most common reasons for travelling?
- Why do tourist statistics include those people who are travelling on business?
- What has the development of tourism as a mass industry depended on? Why?
- When did the greatest growth in international tourism take place?
- What is the most important factor in developing of modern tourism?
- What is the name of the best known company in the tourist industry?
- What three industries will the global economy of the twenty-first century be driven by?
- Why do repercussions and negativism toward the “pesky” tourists sometimes take place in Europe?

2. Переведите на английский язык

- Индустрия туризма очень быстро развивается во всем мире.
- Развитие туризма в разных регионах зависит от многих факторов.
- Люди путешествуют по разным причинам: некоторые хотят посетить родственников и друзей, другие – отдохнуть и поправить здоровье.
- Стоимость путешествия играет очень важную роль, особенно в странах с низкими доходами населения.
- Люди, которые путешествуют в целях поиска работы, не являются туристами.
- Люди, которые часто ездят в командировки, стараются сочетать приятное с полезным и пользуются теми же средствами передвижения, местами проживания и питания, что и обыкновенные туристы.
- Развитие туризма во многом зависит от общего экономического развития страны.

3. Напишите монолог на тему «Tourist industry»

Практическое занятие № 30. Travel agencies and travel agents/Туристические агентства и туристические агенты

Практика речи: Travel agencies and travel agents/Туристические агентства и туристические агенты

Цель: Формирование коммуникативных компетенций, овладение лексикой и грамматикой.

Знать: базовые нормы употребления лексики, фонетики и грамматики.

Уметь: читать, переводить и пересказывать тексты на иностранном языке с использованием справочной и учебной литературы; осуществлять коммуникацию на иностранном языке.

Документ подписан
Электронной подписью
Сертификат: 200000401710309522000000000000401
Владелец: Шебаева Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

Актуальность темы: обусловлена необходимостью овладением ОК-3

Теоретическая часть:

Travel agencies are retail tourist companies which work directly with the public. Travel agencies are often called travel shops where customers buy different tourist products. Travel agencies sell tour operators' tour packages and individual tourist services. Among tour packages there are inclusive tours, charter inclusive tours and inclusive tours with an excursion. Travel agencies also sell coaching tours and cruising tours. Travel agencies form groups of tourists who take part in ready-made prepaid tours. They also make individual travel arrangements.

Among separate tourist services there are air tickets, train tickets, boat or ferry tickets, hotel rooms, car rentals, sightseeing tours, services of a guide or a guide-interpreter. Travel agencies also offer travel insurances and theatre tickets to their customers.

Large travel agencies branch out and have got branches and outlets within a city, a region, a country or all over the world. There are large travel agencies which are members of a chain. A chain is a group of agencies which belong to the same company. In this case they often have the word «Group» in their names, for instance, Barry Martin Group or Blue Heart Travel Group. Usually such travel agencies act as tour operators as well.

Лексические единицы по теме: billboard, branch, chain, coaching tour, department store, to employ, folder, free of charge, free-lancer, full-time, guide book, inclusive tour, in-coming tourism, leisure centre, market research

Вопросы и задания:

1. Сгруппируйте термины в таблицу согласно заголовкам в ней

brochure, charge, escort, free-lancer, holiday centre, inclusive, booklet, cruising, office site, folder, travel clerk, coaching, receipt, tax, outlet.

locations	money matters	tours	people in tourism	advertising materials

2. Подберите термины к определениям

- | | |
|-----------------------|---|
| 1) a receipt | a) a catalogue of tours or a short video film about a tourist destination for advertising purposes |
| 2) a tourist outlet | b) an official paper which allows a person to do some kind of work |
| 3) a free-lancer | c) an official organization which promotes tourism in a certain part of the world |
| 4) a travelogue | d) a point of sales of a tourist company |
| 5) a travel insurance | e) a paper showing that money has been paid for some goods or services |
| 6) a tourist board | f) a person who is not attached to any company staff and works for himself having a licence to do such work |
| 7) a licence | g) a paper that insures a traveller against accident, illness or loss of luggage during a tour |

Напишите монолог на тему «Travel agencies and travel agents»

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Практическое занятие № 31. Outset of Tourism in Russia/Зарождение туризма в России

Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E
Владелец: Шесзухова Татьяна Александровна

Практика речи: Outset of Tourism in Russia/Зарождение туризма в России

Действителен с 19.08.2022 по 19.08.2023

Цель: Формирование коммуникативных компетенций, овладение лексикой и грамматикой.

Знать: базовые нормы употребления лексики, фонетики и грамматики.

Уметь: читать, переводить и пересказывать тексты на иностранном языке с использованием справочной и учебной литературы; осуществлять коммуникацию на иностранном языке.

Актуальность темы: обусловлена необходимостью овладением ОК-3

Теоретическая часть:

In the 18th century (1777) the first organized group of young men from noble families of Russia made the first trip abroad. They toured around Germany, Switzerland, Italy and France. The purpose of the tour was to get familiar with local universities and art galleries. In the same 18th century the first guide books for leisure travellers on Moscow and St. Petersburg were published. Those manuals gave details of sights and art collections in the old and the new capital of Russia.

Thomas Cook Company was very well-known in Russia. But the country's first national travel agency emerged in St. Petersburg in 1885. It was founded by L. Lipson. The travel agency got the name of the «Enterprise for Public Travel to All Parts of the World». In 1901 the Russian Tourist Society came into being. However, only well-off noble people were its members.

After the October Revolution tourism in Russia involved common people, too. In 1929 the Society of Proletarian Tourism was created. As a matter of fact, our reputable the «Intourist» Joint-Stock Company, which used to deal with international tourism during the Soviet period, was organized as long ago as in 1929, too.

Лексические единицы по теме: pilgrim, nomad, explorer, adventurer, desert, trader, merchant, motor-car, raft, boat, canoe, steamship, mode, kayak, meals, means, arts, overseas, races, waterways, sports, sales

Вопросы и задания:

1. Переведите на английский язык

Возникновение туризма на обширной территории нашей страны уходит корнями в древние времена и средневековье. Историю развития туризма в России вполне можно соотнести с периодизацией истории мирового туризма, добавив к этому деление внутри некоторых этапов на определенные подэтапы с учетом специфики развития экономики России.

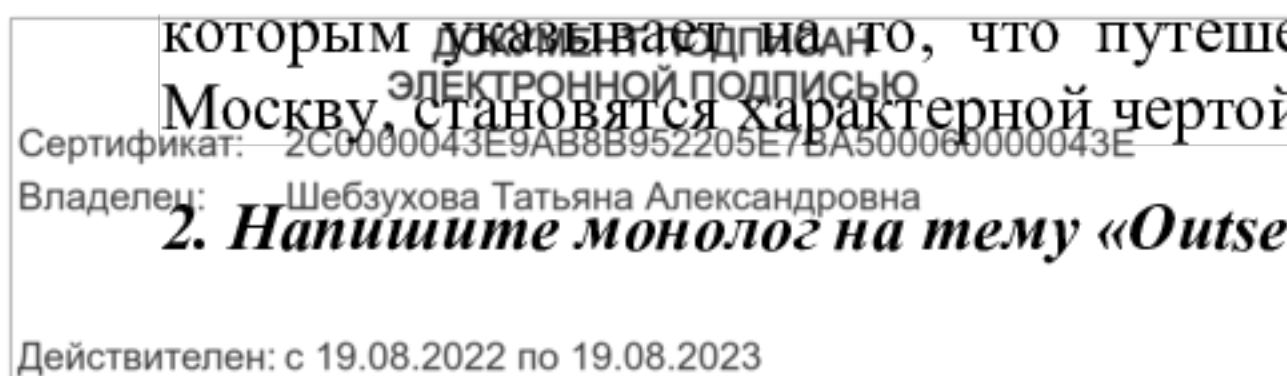
Началом организованного туризма многие считают тур, устроенный В. Геншем, который в декабре 1777 г. в «Московских ведомостях» опубликовал приглашение «План приемлемого путешествия в чужие края, сочиненный по требованию некоторых особ содержанием благородного пансиона». Россиянам предлагалось принять участие в групповой поездке в страны Западной Европы.

Молодые дворяне могли совершить поездку в один из немецких, итальянских и французских университетов, после чего предполагалось проехать по маршруту через Швейцарию, Италию и Францию для знакомства с искусством этих стран и постановкой фабричного дела. Это объявление - одно из первых проявлений организованной туристской деятельности в XVIII в.

Пробором турфирмы, специализирующейся на обслуживании туристов в России, называют «Акционерное общество Иматры», зарегистрировавшее свой устав 28.02.1871 г., одобренный Александром II.

К концу XVII в. относится появление в России первых путеводителей, интерес к которым доказывает то, что путешествия, особенно в столицы - Санкт-Петербург и Москву, становятся характерной чертой быта состоятельных граждан России.

2. Напишите монолог на тему «Outset of Tourism in Russia»



Практическое занятие № 32. World Tourist Organization/Всемирная туристическая организация

Практика речи: World Tourist Organization/Всемирная туристическая организация

Цель: Формирование коммуникативных компетенций, овладение лексикой и грамматикой.

Знать: базовые нормы употребления лексики, фонетики и грамматики.

Уметь: читать, переводить и пересказывать тексты на иностранном языке с использованием справочной и учебной литературы; осуществлять коммуникацию на иностранном языке.

Актуальность темы: обусловлена необходимостью овладением ОК-3

Теоретическая часть:

Tourism is global nowadays. Tourist boom started in the 1960s. In 1963 the United Nations conference on international travel and tourism took place in Rome. The General Assembly of the UN proclaimed 1967 as the Year of International Tourism.

In 1975 the United Nations established the World Tourist Organization (WTO). It emerged on the basis of the International Union of Official Tourist Organizations. The WTO is the international intergovernmental organization. Actually, it is a worldwide group of government travel organizations. It deals with promoting tourism throughout the world. It assists countries in the development of national tourism.

The supreme body of the WTO is the General Assembly. It holds its sessions every two years. The General Assembly elects the General Secretary for the period of four years. The World Tourist Organization cooperates with the United Nations and many government and non-government organizations.

Лексические единицы по теме: global, tourist boom, the United Nations conference, international travel, the General Assembly of the UN, proclaim, the Year of International Tourism, establish, the World Tourist Organization, emerge, Official Tourist Organizations

Вопросы и задания:

1. Переведите на русский язык

to exceed, to distinguish, recreation, to attend conventions, means of transportation, incentive trip, paid vacation, disposable income, to broaden the mind, single entity, commercial manufacturers, catering facilities, inexpensive transportation, the main route, to be connected with, tremendous opportunities and challenges, hospitality and tourism graduates.

2. Переведите на английский язык

посещать друзей и родственников, расширять кругозор, современные средства транспорта, рост больших городов, международный туризм, правительственные чиновники, путешествовать с целью отдыха, предлагать различные услуги, несмотря на быстрый рост, увеличивать, необходимый компонент туризма, зависеть от, включать, совмещать удовольствие с работой, основной маршрут, избежать неприязненной реакции и отрицательно-предвзятого отношения, в некоторой степени

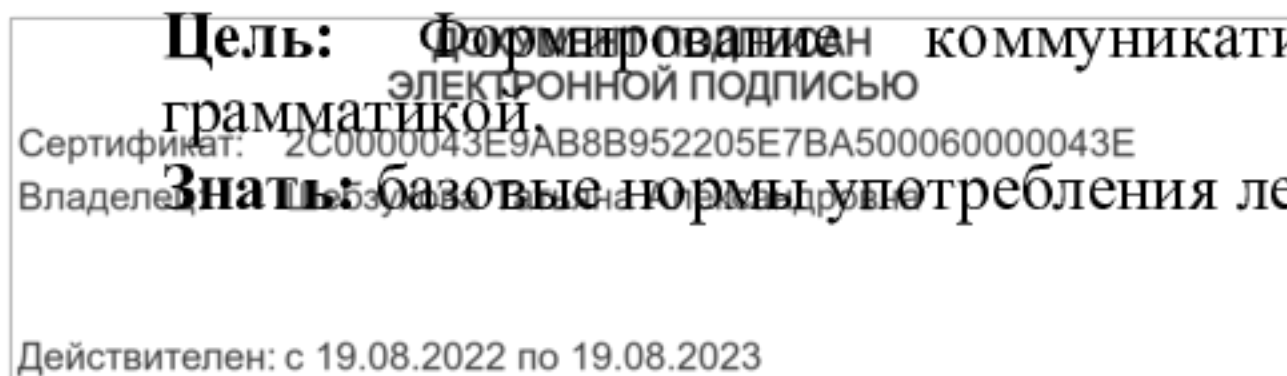
3. Напишите монолог на тему «World Tourist Organization»

Практическое занятие № 33. Thomas Cook Company/Компания Томаса Кука

Практика речи: Thomas Cook Company/Компания Томаса Кука

Цель: Формирование коммуникативных компетенций, овладение лексикой и грамматикой.

Знать: базовые нормы употребления лексики, фонетики и грамматики.



Уметь: читать, переводить и пересказывать тексты на иностранном языке с использованием справочной и учебной литературы; осуществлять коммуникацию на иностранном языке.

Актуальность темы: обусловлена необходимостью овладением ОК-3

Теоретическая часть:

Thomas Cook Company is the oldest travel company in the world. As a matter of fact, Thomas Cook from England opened the age of organized tourism. It started in 1841 when Thomas Cook arranged the first trip for 570 Englishmen by railway. In 1843 Thomas Cook organized the first group tour by train. This time he provided tourists with meals and tickets for the races. So it was the first package tour.

Later on Thomas Cook made arrangements for organized visits to the First International Industrial Exhibition. The Exhibition opened in London in 1851. The tourists came from different parts of England. All those were domestic tours. However, Thomas Cook decided not to stick to domestic tourism within his country only. Four years later, in 1855 he arranged the first overseas trip. It was a tour to the Exhibition in Paris. After that regular tourist trips started to other countries of Europe.

Thomas Cook continued expanding his travel business. In 1866 he arranged the first trip of two groups of Englishmen to the USA. Thomas Cook set up the first travel agency. Thomas Cook Company is still very active on the travel market. It is both a tour operator and a travel agency. But now two German companies own it.

Лексические единицы по теме: group of young men, noble families of Russia, trip abroad, tour around Germany, Switzerland, Italy, France, purpose of the tour, to get familiar, local universities, art galleries, manuals, sights and art collections

Вопросы и задания:

1. Переведите на английский язык

1. Когда начался туристский бум? - Я думаю, он начался приблизительно 30-40 лет назад.
2. Вчера я прочитал статью о Всемирной туристской организации в журнале. - Когда эта организация возникла? - Если не ошибаюсь, это событие произошло в 1975 году.
3. Где проводили время обеспеченные туристы в прошлом веке? Они вообще ездили за рубеж? - Конечно, ездили. Они отправлялись в поездки во Францию, Германию, Швейцарию и Австрию. - Что они там делали? - Они проводили время на оздоровительных курортах и курортах на минеральных водах. Они ездили туда на отдых и лечение.
4. Томас Кук стал известен в Англии в середине XIX века. - Чем он стал известен? Что он сделал? - Он организовал первую туристскую поездку по железной дороге. Он основал первое в мире турагентство.
5. В начале XIX века туристы пользовались водным и железнодорожным транспортом. - А какими видами транспорта пользовались первые путешественники? - Это были простые лодки и паромы на воде и верблюды в пустыне.
6. Что явилось началом организованного международного туризма в России? - Это было во второй половине XVIII века, когда первая организованная группа молодых людей из титулованных семей совершила турне по Европе. - Что было целью их поездки? - Они познакомились с художественными галереями университетами и предприятиями Германии, Италии, Франции и Швейцарии. - В каком году это было? - Это было в 1777 году.
7. Когда был опубликован первый путеводитель по Москве? - Он появился 19 октября 1792 года.

2. Напишите Монолог на тему «Thomas Cook Company»

Практическое занятие № 34. Past Perfect/Прошедшее совершенное время

Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E
Владелец: Шебухова Татьяна Александровна

Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

Практика речи: Tourism in the 19th century/Туризм в 19 веке

Грамматика: Verbs used to, be used to, get used to/Глаголы used to, be used to, get used to.

Цель: Формирование коммуникативных компетенций, овладение лексикой и грамматикой.

Знать: базовые нормы употребления лексики, фонетики и грамматики.

Уметь: читать, переводить и пересказывать тексты на иностранном языке с использованием справочной и учебной литературы; осуществлять коммуникацию на иностранном языке.

Актуальность темы: обусловлена необходимостью овладением ОК-3

Теоретическая часть:

Past Perfect - прошедшее совершенное время

Время Past Perfect обозначает действие, которое завершилось до определенного момента в прошлом:

I called Jim too late, he had already left.

Я позвонил Джиму слишком поздно, он уже ушел.

We had lived in Paris for 12 years before we moved to America.

До переезда в Америку мы прожили в Париже 12 лет.

Образование Past Perfect

Утвердительные предложения:

I had played	We had played
You had played	You had played
He / she / it had played	They had played

Вопросительные предложения:

Had I played?	Had we played?
Had you played?	Had you played?
Had he / she / it played?	Had they played?

Отрицательные предложения:

I had not played	We had not played
You had not played	You had not played

Сертификат: 2C0000043E9A78B95220157BA000600000437
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

He / she / it had not played	They had not played
------------------------------	---------------------

Вопросы и задания:

1. Вставьте глаголы в Past Perfect

- 1) I ... (to have) breakfast before I went to school.
- 2) He went to meet his friends after he ... (to do) his homework.
- 3) By 8 o'clock the rain ... (to stop).
- 4) Alice was late because she ... (to miss) the bus.
- 5) She went to the post-office after she ... (to write) the letter.
- 6) He ... (to work) at the factory before he entered the college.
- 7) He got a bad mark for his test because he ... (to make) a lot of mistakes in it.
- 8) I went to bed after I ... (to finish) reading the book.
- 9) The child ... (to fall) asleep before the parents came home.
- 10) They ... (to marry) before they bought this house.

2. Используйте Past Perfect предложенных глаголов, чтобы дополнить предложения.

to leave, to go, to die, to see, to live, to fly

- 1) I didn't read the text in class because I ... my book at home.
- 2) The children didn't want to go to the cinema because they ... already ... the film.
- 3) Kate wasn't at home last week because she ... to visit her uncle.
- 4) Linda never knew her father because he ... before she was born.
- 5) I was excited when the plane took off because I... never ... before.
- 6) My grandfather was always afraid of animals because he ... never ... in the country.

3. Сделайте предложения вопросительными в Past Perfect

- 1) Mary had booked the tickets before.
- 2) We had been to this exhibition.
- 3) You had received the invitation before Wednesday.
- 4) The bus had arrived before 5 o'clock.
- 5) Tom had heard that story before.

6) They had gone to the railway station before 6 o'clock.

7) My father had returned from his business trip by the weekend.

8) We had met Eric before the lesson.

9) The taxi had come by 7 o'clock.

10) They had used this key before.

4. Сделайте предложения отрицательными в Past Perfect

1) We had told him about the time of the meeting.

2) She had washed the vegetables for the salad.

3) You had caught a small fish by that time.

4) The burglars had robbed the bank.

5) A zookeeper had fed the animals by twelve o'clock.

6) David had eaten all the sandwiches by two o'clock.

7) They had been to this town before.

8) I had done all the arrangements by Saturday.

9) Alice had shown me her paintings before.

10) You had forgotten about her request.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме:

Перечень основной литературы

1. Королева, Н.Е. Английский язык. Сервис и туризм: учеб.пособие / Н.Е. Королева, Э.З. Барсегян, А.М. Сербиновская. – 5-е изд. – Ростов н/Д: Феникс, 2011. – 407 с.

Перечень дополнительной литературы:

1. Агабекян, И. П. Английский язык в сфере обслуживания : [учеб.пособие] / И.П.Агабекян. – Ростов н/Д : Феникс, 2012. – 377 с.

2. Агабекян, И.П. Английский язык: сервис и туризм: учеб.пособие / И.П. Агабекян. – М.: Дашков и Ко, 2013. – 312 с.

3. Нуреева, Д.Н. English for Service and Tourism=Английский язык. Сервис и туризм: учебно-методическое пособие / под ред. Е.И. Шевченко. – Казань: Издательство КНИТУ, 2014. – 139 с. – Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru> – ЭБС «Университетская библиотека онлайн»

Интернет-ресурсы:

<http://www.biblioclub.ru>

<http://www.iprbookshop.ru>

<http://www.catalog.ncstu.ru>

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ

Методические указания
по организации и проведению самостоятельной работы
по дисциплине «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА»
для студентов направления подготовки
43.03.03 Гостиничное дело

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

ВВЕДЕНИЕ

Основной целью самостоятельной работы студентов является повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение студентами необходимыми достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия. Изучение иностранного языка призвано также обеспечить:

- повышение уровня учебной автономии и способности к самообразованию;
- развитие когнитивных и исследовательских умений;
- развитие информационной культуры;
- расширение кругозора и повышение общей культуры студентов.

Самостоятельная работа студентов занимает важное место в учебной научно-исследовательской деятельности студентов. Без самостоятельной работы невозможно не только овладение любой вузовской дисциплиной, но и формирование специалиста как профессионала. В широком смысле под самостоятельной работой следует понимать совокупность всей самостоятельной деятельности студентов, как в учебной аудитории, так и в нее, в контакте с преподавателем и в его отсутствие.

Усиление роли самостоятельной работы студентов означает принципиальный пересмотр организации учебно-воспитательного процесса в вузе, который должен строиться так, чтобы развивать умение учиться, формировать у студента способности к саморазвитию, творческому применению полученных знаний, способам адаптации к профессиональной деятельности в современном мире.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Под самостоятельной работой студентов (СРС) понимается совокупность всей самостоятельной деятельности студентов, как в учебной аудитории, так и за ее пределами, в контакте с преподавателем и в его отсутствие.

Цель самостоятельной работы студента – научиться осмысленно и самостоятельно работать с учебным материалом и научной информацией, овладеть фундаментальными знаниями, умениями и навыками в сферах академической, профессиональной и социально-гуманитарной деятельности, сформировать основы самоорганизации и самовоспитания с тем, чтобы привить умение в дальнейшем непрерывно повышать свою профессиональную квалификацию.

Задачами СРС являются:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать учебно-справочную литературу;
- развитие познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений;
- использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий на практических занятиях, для эффективной подготовки к зачетам и экзаменам.

Основными видами самостоятельной работы студентов являются:

- *самостоятельное изучение литературы;*

Цель: самостоятельно детально изучить темы, представленные в рабочей программе.

Задачи: приобретение навыка работы с источниками и литературой; умения грамотно составлять конспекты и пользоваться ими; выявлять различные точки зрения на проблему и степень ее разработанности в литературе.

- *подготовка к практическим занятиям* (выполнение домашних заданий) и к собеседованию по индивидуальным заданиям;

Цель: углубление знания учебного материала.

Задачи: освоить отдельные вопросы в рамках изучаемой дисциплины; грамотность, последовательность и рациональность изложения подготовленного материала во время практического занятия.

- *составление глоссария по тексту.*

Цель: составить базу новых лексических единиц.

Задачи:

- самостоятельная поэтапная отработка учебных элементов;
- развитие практических умений;
- формирование умений использовать информационные источники: справочную и специальную литературу.

Приступая к **самостоятельному изучению литературы** по учебной дисциплине «Иностранный язык», необходимо: ознакомиться с рабочей программой; взять в библиотеке рекомендованные учебники и учебные пособия; получить у ведущего преподавателя в электронном виде методические рекомендации к практическим и самостоятельным работам; завести новую тетрадь для конспектирования теоретического материала и выполнения практических заданий.

Для изучения дисциплины предлагается список основной и дополнительной литературы. Основная литература предназначена для обязательного изучения,

дополнительная – поможет более глубоко освоить отдельные вопросы в рамках изучаемой дисциплины.

В ходе **подготовки к практическим занятиям** студент обязан осуществлять конспектирование учебного материала, особое внимание, обращая на теорию, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных грамматических и языковых понятий. В рабочих конспектах желательно оставлять поля, на которых следует делать пометки, дополнять материал, формулировать выводы и практические рекомендации.

Самостоятельная работа студентов над материалом учебной дисциплины является неотъемлемой частью учебного процесса и должна предполагать углубление знания учебного материала, излагаемого на аудиторных занятиях, и приобретение дополнительных знаний по отдельным вопросам самостоятельно.

Конспект темы – письменный текст, в котором кратко и последовательно изложено содержание основного источника информации. Конспектировать — значит приводить к некоему порядку сведения, почерпнутые из оригинала. В основе процесса лежит систематизация прочитанного или услышанного. Записи могут делаться как в виде точных выдержек, цитат, так и в форме свободной подачи смысла.

Индивидуальные задания призваны расширить кругозор студентов, углубить их знания и развить умения исследовательской деятельности, проявить элементы творчества.

Собеседование – средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя со студентом на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

Глоссарий - словарь, который помогает осваивать новые лексические единицы по теме. В глоссарий необходимо добавлять специальную терминологию, аббревиатуры и сокращения, фразеологические единицы и пр.

Каждый вид самостоятельной работы имеет определенные формы отчетности.

В ходе выполнения самостоятельной работы студент должен продемонстрировать сформированность компетенции:

Код	Формулировка:
УК-4	способность к осуществлению деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

2.1. Самостоятельная работа над фонетикой иностранного языка

Определитесь с вариантом английского. Вариантов английского произношения существует много: канадский, австралийский, среднеатлантический и т. д. Однако самыми популярными являются британский и американский английский. Произношение в этих двух разновидностях одного языка отличается довольно сильно.

Проанализируйте свою речь. Выберите какой-нибудь аудио- или видеоролик с текстом записи. Послушайте, как произносит его носитель. После этого прочтите текст самостоятельно и запишите на диктофон. Прослушайте свой голос и сравните с речью носителя, определите, какие звуки вы произносите неверно. Вот над этими самыми звуками мы и предлагаем вам поработать. Есть еще один интересный и надежный способ проверить свое произношение — ресурс <https://speechpad.pw/pronounce.php>. Он позволяет оценить, насколько хорошо и точно звучит ваша речь. Сайт работает корректно через браузер Google Chrome. Просто включите гарнитуру, нажмите кнопку “Start recording” и произнесите любое слово или предложение. В нижнем окошке программа покажет вам, насколько точно вы произнесли звуки в процентном соотношении. Если какой-то звук вы

раздел 1000 Most Common English Phrases. Здесь вы можете изучать новые слова в контексте.

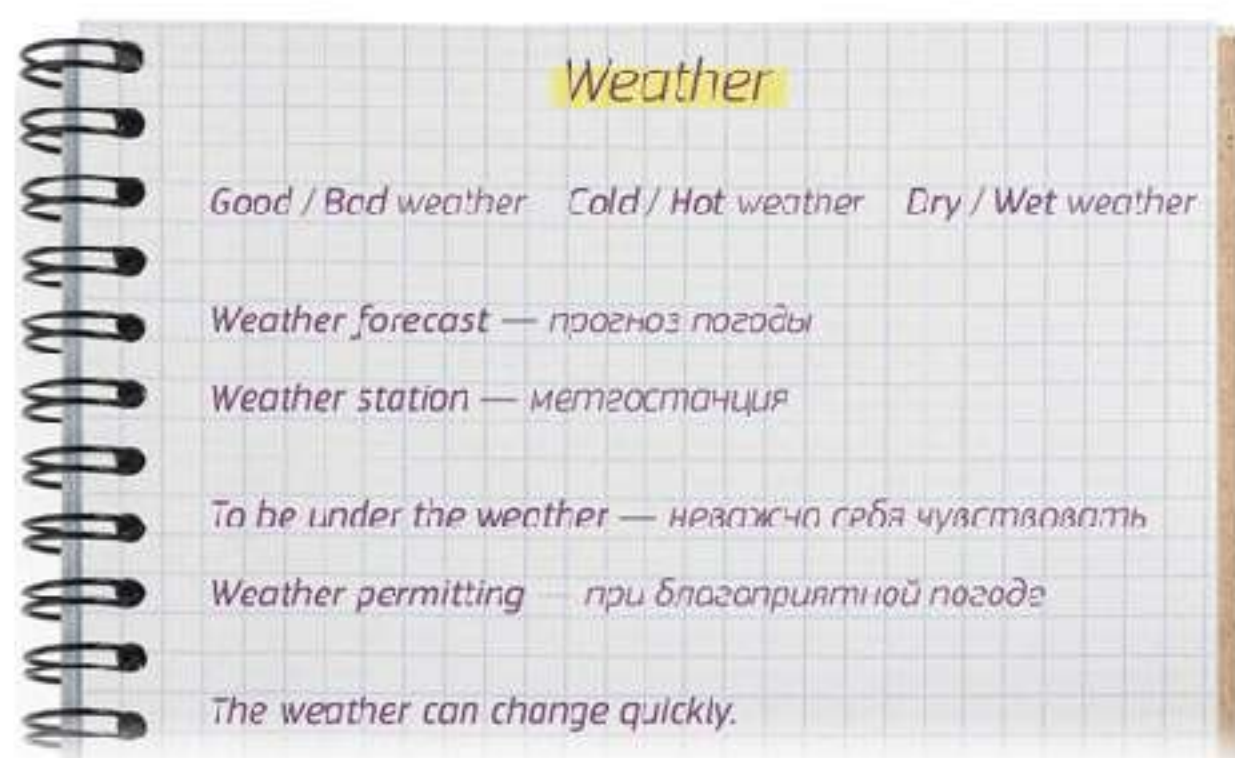
<http://freerice.com/>

Здесь вам дают только одно упражнение: необходимо указать, что означает то или иное слово, при этом предлагают четыре варианта ответа. То есть фактически вам нужно подобрать синоним к слову.

Объединяйте слова по тематике. Обычно хорошо запоминаются группы слов, относящихся к одной теме. Поэтому старайтесь разбить слова на группы по 5-10 штук и учить их. Эффект Ресторффа: человеческий мозг из группы объектов лучше всего запоминает тот, который чем-то выделяется. Используйте это положение себе во благо: в группу слов одной тематики «внедрите чужестранца» — впишите слово несвязанной тематики. Например, учите слова по теме «Фрукты», добавьте к ним одно слово по теме «Транспорт», ваши занятия станут еще эффективнее.

Тематический словарь

Тематический словарь



Представляет собой тетрадь или блокнот для записи вашего будущего словарного запаса — lexical notebook. Такую тетрадь нужно сразу же разбить по темам, например: работа, еда, чувства, части тела и т. п. На каждое слово желательно отводить 1 страницу или хотя бы половину — в зависимости от формата тетради и величины вашего почерка. Если слово имеет несколько значений, желательно написать 3-4 разных определения. Транскрипция — по желанию, если вам удобно ее читать. Определение слова на английском языке — уместно, если

ваш уровень знания средний и выше. Так вы заодно выучите еще несколько полезных слов из определения. Слова, сочетающиеся со словом (collocations). Посмотрите на картинку с примером, там вы видите словосочетания bad weather, hot weather, weather forecast и т. п. Эти выражения лучше запомнятся вам, чем два оторванных друг от друга слова. К тому же, вы не ошибетесь в сочетании слов. Несколько примеров употребления этого слова в предложении, причем желательно написать хотя бы по одному примеру на каждое записанное определение слова. Синонимы и антонимы к слову. Идиомы с употреблением этого слова, если ваш уровень не ниже Intermediate и вы собираетесь пополнить свой словарный запас полезными яркими выражениями. Но нужно придерживаться меры, не стоит выписывать все идиомы, которые связаны с вашим словом. Достаточно одной или двух. Картинка — по желанию. Некоторым людям помогает такой прием: при изучении слова они рисуют картинку к нему. Так лексика начинает ассоциироваться с определенным визуальным образом и запоминается проще.

Рисуйте mind map (интеллект-карту). Вы легко выучите английские слова одной

тематики, если нарисуете интеллект-карту или mind map. Такая схема наглядно показывает, к какой теме относятся слова. А пока вы ее рисуете, лексика отложится в памяти.

Обращайте внимание на приставки и суффиксы

Во время чтения заостряйте внимание на том, как при помощи приставок и уже знакомых вам. Это поможет вам



сертификат
Владелец: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060800043E
Шебзухова Татьяна Александровна
суффиксов образуются новые слова из
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

«почувствовать» язык. При помощи этого простого приема во время чтения вы будете изучать словообразование, поймете принципы построения новых слов. Впоследствии это пригодится вам: встретив незнакомое слово, вы сможете догадаться о его значении без словаря, исходя из контекста и своего опыта.

Найдите фразовые глаголы. Изучение фразовых глаголов в отрыве от контекста бесполезно: эти слова не переводятся как обычные глаголы. Найдите их в тексте, выпишите себе предложение с фразовым глаголом, посмотрите, какую роль он выполняет в тексте. Попробуйте составить еще несколько подобных предложений, но уже от своего лица. Так вы выучите новую лексику в контексте и не запутаетесь с ее употреблением.

Используйте словарь синонимов. Вы можете дополнить свою интеллект-карту или обычный словарь следующим образом. Находите синонимы к новым словам и пишите их рядом, при этом среди них должно быть хотя бы 1-2 знакомых вам слова, тогда запомнить новую лексику будет проще. Можно заодно выписывать и антонимы, некоторым людям удобно учить сразу такие группы слов. Найти синонимы и антонимы к словам вам поможет словарь Merriam-Webster (<http://www.merriam-webster.com/>).

Опишите картинку. Попробуйте пересказать текст, глядя на иллюстрацию и используя новые слова. Не обязательно четко придерживаться сюжетной линии, главное — задействовать как можно больше новой лексики. Таким нехитрым способом можно легко расширить словарный запас английского языка.

Составьте новый рассказ. После изучения незнакомых слов попробуйте составить свой рассказ, используя всю новую лексику. Если вы не любите придумывать истории, можете просто пересказать то, что прочитали, но с некоторыми изменениями. Пусть положительный герой станет отрицательным и наоборот.

2.3. Самостоятельная работа над грамматикой иностранного языка

Занимайтесь на обучающих сайтах:

<http://learn-english-today.com/>

Краткое англоязычное пособие по грамматике. Несмотря на то, что вся информация представлена на английском языке, советуем попробовать учить грамматику на этом ресурсе: все правила изложены кратко и понятно, без лишней теории.

<http://www.englishlearner.com/>

Сайт с тестами по грамматике для начинающих на английском языке. Попробуйте пройти тесты с пометкой Beginner, в них задания ориентированы на начальный уровень знаний.

<http://englishteststore.net/>

<http://agendaweb.org/>

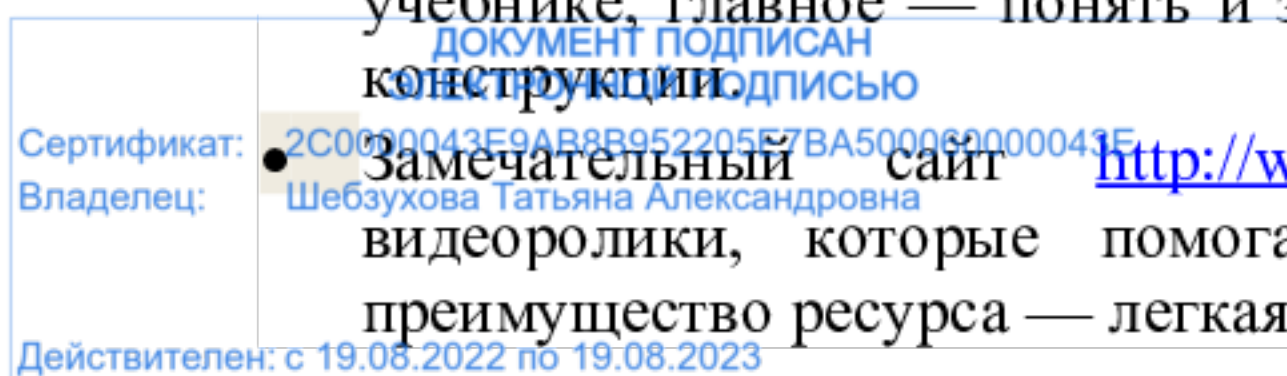
Два похожих англоязычных сайта с тестами по грамматике на английском языке для начинающих. Работайте с ним аналогично: выполняйте задания по тем темам, которые уже изучили, разбирайте ошибки и при необходимости повторяйте теорию.

Практикуйтесь.

- Переводите тексты с русского на английский, выполняйте упражнения из учебника и Интернет-ресурсов, старайтесь чаще употреблять разнообразные грамматические конструкции в разговорной речи. Доведите навык их использования до автоматизма. Не ограничивайтесь примерами из одного учебника. Придумывайте свои примеры употребления артикля, времен, активного и пассивного залогов, а также проходите онлайн-тесты на разных сайтах. Много разнообразных тестов можно найти на сайте <http://esl.fis.edu/>.

- Не обязательно зубрить наизусть правила в том виде, в каком они представлены в учебнике, главное — понять и запомнить правильное употребление той или иной конструкции.

- Замечательный сайт <http://www.engvid.com/> предлагает вам прекрасные видеоролики, которые помогают разобраться с грамматикой. Несомненное преимущество ресурса — легкая подача материала и объяснения носителей языка.



- Попробуйте пользоваться словарем <http://www.lingvo.ru/>. Он примечателен тем, что дает примеры использования слов, но вы можете использовать его по-другому. Например, вы учите время Present Continuous: введите в окошко программы “I am writing” (можно любой другой часто употребляемый глагол). Программа тут же выдаст вам несколько сотен примеров, содержащих эти слова. Так вы увидите, в каком контексте, с какими наречиями, в каких случаях чаще всего употребляется время Present Continuous.
- Можно учить грамматику в стихах, рифмованные формулировки легко запоминаются. Попробуйте выучить неправильные глаголы английского языка по забавным авторским стишкам, это не просто легко, но еще и весело!
- Изучение любой грамматической конструкции начинается с того, что мы должны найти (прочитать, услышать) описание этой конструкции, то есть узнать, что она означает. Ознакомившись с ее значением и построением, мы должны ее запомнить. Для этого нам необходимо выполнить определенные упражнения на механическое закрепление этой структуры, так называемые «дриллы» (от английского слова “drill”, что означает «тренировочное упражнение» / «практическая отработка»). Последний шаг - это отработка выученной грамматической конструкции в речи. Без этого шага наше знание конструкции останется только на бумаге.

2.4. Самостоятельная работа над аудированием

Слушайте различные аудиоматериалы регулярно.

Слушайте аудиоуроки, подкасты, песни, смотрите фильмы и сериалы на английском языке (ориентируйтесь на свой уровень знаний). Главное — подобрать увлекательный для себя материал. Попробуйте пробудить в себе интерес, полюбить аудирование, тогда заниматься им будет намного проще.

Изучайте английский язык по фильмам и сериалам - это доставит вам массу удовольствия и поможет понимать английский язык на слух: <https://ororo.tv/en> и <https://show-english.com/>

Сайты с аудиозаписями:

- <http://www.eslfast.com/> В каждом разделе есть тематические подразделы. Выбирайте небольшие истории или диалоги на разговорные темы, открывайте соответствующую страницу. В открывшемся окне в верхней части экрана вы увидите панель управления аудиопроигрывателем, а ниже вам будет представлен текст.
- <http://www.esl-lab.com/> На сайте есть несколько разделов. Первый, который стоит изучить, — General Listening Quizzes. В нем есть материалы трех уровней: легкий, средний, сложный. Выбирайте подходящий вам и открывайте урок по заинтересовавшей вас теме.
- <http://www.talkenglish.com/listening/listen.aspx> Уроки представлены для трех уровней знаний: базовый, средний и продвинутый. Тематика разнообразная, в основном представлены диалоги из жизни. Из этих подборок не лишним будет запомнить пару десятков фраз — все они используются в современной английской речи.

Сайты с подкастами на английском: добавьте себе в закладки и посещайте хотя бы пару раз в неделю: <http://www.audioenglish.org/>,

<http://www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish/general/sixminute/>,

<http://learningenglish.voanews.com/programindex.html>,

<http://www.listen-to-english.com/index.php?cat=podcasts>,

<http://www.dailyesl.com/>,

<http://www.privateenglishlessonlondon.co.uk/category/learn-english-online>.

Сначала слушаем короткие обучающие аудиозаписи в медленном темпе, потом переходим к более сложным, передающим естественную речь. Вы узнаете особенности произношения звуков, постановки ударения в словах, интонации, расстановки логических паузы и ударений. Современные подкасты озвучиваются носителями языка — обычными

Найдите для себя оптимальный способ работы с подкастом. Слушаем подкаст и пытаемся понять максимум информации из него. Если это трудно сделать, попробуйте уловить основную мысль записи. Находим текст подкаста, читаем его, выписываем незнакомые слова и конструкции. Разбираемся с незнакомой вам лексикой и грамматикой так, чтобы вы точно поняли каждое предложение текста. Снова включаем аудиозапись и пытаемся уловить на слух уже знакомый вам текст. Пересказываем услышанное, стараясь подражать речи диктора. Работайте с незнакомыми словами и грамматическими конструкциями. Выписывайте предложения с незнакомыми вам оборотами и словами, разбирайтесь, почему используется именно такое слово или конкретная конструкция. После этого попробуйте составить несколько похожих предложений. Как только вы начали хорошо понимать простые подкасты, переходите на более сложные, с быстрым темпом речи, большей продолжительностью и новой лексикой.

<http://www.dictationsonline.com/>

<http://www.rong-chang.com/eslread/eslread/dict/contents.htm>

<https://www.englishclub.com/listening/dictation.htm>

<http://breakingnewsenglish.com/dictation.html>

<http://www.learnenglish.de/dictationpage.html>

- <http://www.librophile.com/#!/audiobooks/popular/free>

- <http://www.voicesinthedark.com/content.php?iContent=50>

- <http://freeclassicaudiobooks.com/>

- <http://www.audiobooktreasury.com/>

Как можно чаще общайтесь на английском с преподавателем, одногруппниками на курсах, друзьями, изучающими язык, иностранцами. Так вы сможете услышать «живую» речь и привыкнуть к тому, что английский может звучать по-разному, ведь у каждого человека свое произношение, акцент.

Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

разных языках. Поэтому дождитесь хотя бы уровня Elementary, освоите основы грамматики и только потом приступайте к чтению. Как только вы достигли уровня Intermediate, переходите к чтению книг полностью на английском языке. Это может быть как адаптированная литература, так и книги в оригинале. Знание правил чтения — обязательное условие для использования метода параллельных текстов. Всегда выбирайте тот текст, который вы с удовольствием прочитали бы или перечитали бы на русском языке. Слушайте аудиозапись текста. Также можно воспользоваться специальными программами с технологией Text-To-Speech, например <http://neospeech.com/>. В окошко можно ввести любую фразу, и программа озвучит ее голосом носителя языка с правильным произношением и интонацией. Читайте фразу на русском и сопоставляйте с предложением на английском чтобы разобраться в структуре предложения. Так, вы прочтаете фразу на русском и автоматически будете сопоставлять английские слова с русскими, разбираться в структуре предложения, это поможет вам развить чувство языка и языковую догадку.

Выберите удобные ресурсы: <https://sites.google.com/site/aglonareader/home/lang-ru> Программу для чтения параллельного текста, а также приложение можно скачать бесплатно. Это интересная разработка, которая подсвечивает соответствующие отрывки в параллельных текстах. <https://studyenglishwords.com/> - бесплатный сайт, на котором можно читать параллельные тексты на английском языке, сохранять слова из них в собственный электронный словарь и учить в свободное время.

Чтение вслух на английском языке:

1. Читайте медленно, четко и выразительно проговаривайте каждый звук и каждое слово, делайте паузы. Если вы будете гнаться за скоростью, то многого не добьетесь. Даже если скорость вы и наработаете, то произношение, интонация, красивые звуки — все это уйдет в никуда. Для выразительной речи в первую очередь нужно хорошее произношение и правильная интонация. А скорость появится со временем сама, она нарабатывается практикой.

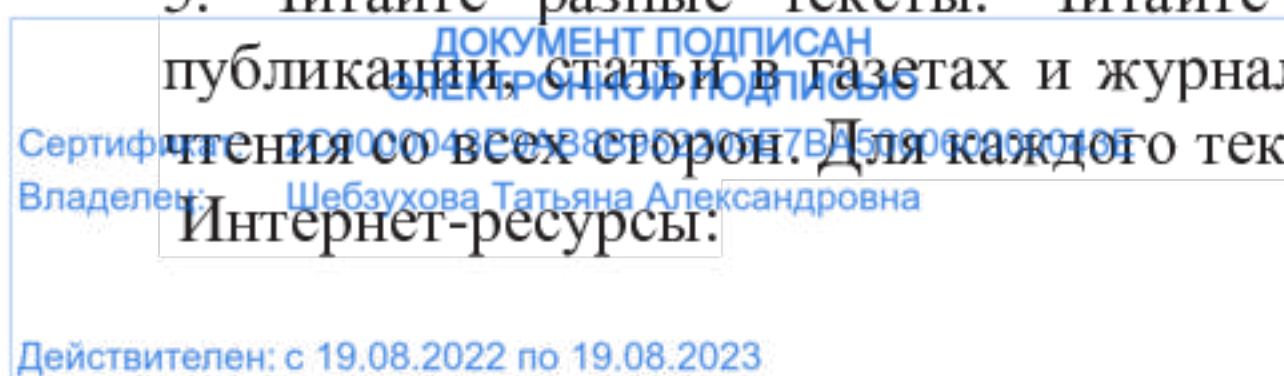
2. Прочитайте текст и только потом ищите новые слова. Не забывайте, что при чтении вслух бывает сложно понять содержание текста. Сначала полностью читайте текст, не обращая внимания на незнакомые слова. Старайтесь уловить главную мысль и понять, о чем текст. После того как вы прочитали первый раз, можно уже работать с незнакомыми словами: искать значения в словаре, смотреть, как произносятся. Чтобы расширить словарный запас, учите новые выражения, повторяйте сложные и труднопроизносимые слова. Чтобы вам было легче читать, необходимо выбирать книгу, соответствующую вашему уровню знаний.

3. Обращайте внимание на грамматику. Читая про себя, можно бегло просмотреть текст, не вдаваясь в подробности содержания. Читая английский текст вслух, вы никуда не торопитесь, поэтому можете увидеть, как употребляются времена и артикли. То есть вы запоминаете правильные модели использования грамматических правил.

4. Читайте не меньше 10 минут в день. Разумеется, чем больше вы будете читать вслух на английском языке, тем лучше. Оптимальный вариант — 30 минут в день. Но если лишнего времени у вас нет, старайтесь выделять хотя бы 10-15 минут. Это нужно как раз для того, чтобы ваша речь со временем стала быстрой и плавной. Вам не надо придумывать речь на ходу, как в разговоре, вы читаете грамотно написанный текст и следуете за ходом мысли. Если вы будете читать вслух не меньше получаса в день, то через месяц-другой заметите, как сильно преобразилась ваша речь: звуки стали четкими, ушли слова-паразиты и неловкие заминки.

5. Читайте разные тексты. Читайте художественные произведения, стихи, научные публикации, статьи в газетах и журналах. Разнообразные тексты помогут развить навык чтения со всех сторон. Для каждого текста будут разные темпы речи и паузы, интонация.

Интернет-ресурсы:



<http://www.rong-chang.com/nse/> Этот сайт подойдет для занятий начинающим с уровнем Beginner и Elementary. Все тексты короткие, в них используются простые слова и элементарная грамматика — три времени группы Simple. Попробуйте читать хотя бы 2-3 текста ежедневно, это займет всего 5-10 минут. Темы текстов разные, часто они представляют собой небольшие шутки. Все слова подобраны таким образом, чтобы изучающий не просто читал тексты на английском, но и расширял свой лексический запас. Так, вы сможете выучить первые фразовые глаголы, часто употребляемые слова и выражения. К каждому тексту прилагается аудиозапись.

<http://www.english-online.at/index.htm> Этот ресурс создан специально для изучающих английский язык с уровнем Pre-Intermediate и выше. Тексты не очень длинные, зато насыщены полезными выражениями и словами. Статьи разной тематики адаптированы специально для учащихся: используется наиболее часто употребляемая лексика и несложные грамматические конструкции. На данный момент на сайте доступны для чтения несколько сотен текстов разной тематики. Все они довольно интересны, так что данный ресурс содержит оптимальную пропорцию обучения и развлечения. Во всех статьях вы увидите слова, выделенные жирным шрифтом. Это лексика, которую вам предлагают изучить. После текста статьи вы найдете англо-английский словарь с этими словами. Таким образом, сайт выполняет важную функцию — вы можете изучать на нем новую лексику в контексте.

<http://short-stories.co.uk/> А этот сайт подойдет всем любителям художественной литературы. Здесь нет адаптированных текстов или словарей, только рассказы англоязычных авторов в неизменном виде. На сайте представлены 8 популярных жанров: детская литература, детектив, фантастика, ужасы, юмор, документальная проза, роман, научная фантастика. Если вы находитесь на уровне Pre-Intermediate, попробуйте начать читать детские рассказы.

<http://easyenglisharticles.com/> Это еще один ресурс с текстами для изучающих английский язык. Сайт ориентирован на учащихся с уровнем Pre-Intermediate и выше. Все статьи на этом сайте адаптированы для учащихся: в текстах содержится только наиболее часто употребляемая лексика и грамматика среднего уровня сложности. Тексты в основном представляют последние мировые новости, но есть и разные статьи-советы по изучению иностранного языка, самосовершенствованию и т. п. Самые свежие новости со всего мира в адаптированном варианте! Обратите внимание: после каждой статьи есть список слов, рекомендуемых к изучению. Попробуйте угадать их значение из контекста, это, как правило, весьма полезная для изучения лексика.

<http://www.infosquares.com/readingcomprehension/> На этом сайте представлено всего несколько десятков текстов, однако он достоин вашего внимания. Ресурс подойдет для занятий ученикам с уровнем Intermediate и выше. Ресурс отличается от предыдущих сайтов тем, что ваша задача теперь — не просто прочитать текст и понять основную мысль, а уловить даже мельчайшие детали. На вкладке с любой статьей вы найдете не только ссылку на сам текст, но и тест на проверку понимания прочитанного. Поэтому мы советуем обратить внимание на этот ресурс всем, кто готовится к экзамену по английскому языку, ведь вы можете «отрепетировать» на этом ресурсе секцию Reading. Задача этого сайта — проверить, насколько хорошо вы понимаете текст. Поэтому мы рекомендуем заниматься на этом сайте примерно раз в месяц, а в остальное время читать другие статьи. Таким образом, вы будете видеть, насколько быстро развивается ваш навык чтения на английском языке и насколько вы внимательны при чтении.

<http://web2.uvcs.uvic.ca/courses/elc/studyzone/330/reading/> Этот сайт схож с предыдущим: небольшое количество материалов с лихвой компенсируется наличием разных упражнений, проверяющих понимание текста. Здесь можно заниматься с уровнем Pre-Intermediate и выше.

<http://dreamreader.net/> Этот ресурс заинтересует тех, кто любит читать разные познавательные и развлекательные статьи в Интернете. Сайт подойдет учащимся с

Изучение любого раздела следует начинать с ознакомления с вопросами плана изучения темы. При изучении теоретического материала необходимо использовать рекомендуемую основную и дополнительную литературу для лучшего усвоения материала.

Осваивать теорию следует в соответствии с той последовательностью, которая представлена в плане самостоятельных и практических занятий.

Методика работы с литературой предусматривает ведение записи прочитанного в виде плана-конспекта, опорного конспекта и т.д. Это позволит сделать знания системными, зафиксировать и закрепить их в памяти.

Конспект – сложный способ изложения содержания книги или статьи в логической последовательности. Конспект аккумулирует в себе предыдущие виды записи, позволяет всесторонне охватить содержание книги, статьи, текста, грамматического материала. Поэтому умение составлять план, тезисы, делать выписки и другие записи определяет и технологию составления конспекта.

Методические указания по составлению конспекта

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе или словаре непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;
2. Выделите главное, составьте план;
3. Кратко сформулируйте основные положения текста;
4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.
5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли.

В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля.

Процедура проверки конспекта включает в себя перечень вопросов базового и повышенного уровней для собеседования.

Методические рекомендации по представлению и оформлению результатов собеседования

Собеседование представляет собой индивидуальную беседу с каждым студентом по предложенным вопросам с последующей оценкой их подготовки. Целью данной формы занятия является осуществление текущего контроля знаний по теме. В задачи собеседования входит приобретение навыка работы с источниками и литературой; умения грамотно составлять конспекты и пользоваться ими; выявлять различные точки зрения на проблему и степень ее разработанности в литературе.

Собеседование предполагает обязательное конспектирование текста или грамматического материала, а также проработку всей предложенной литературы по теме.

Вопросы для собеседования и критерии оценивания приведены в ФОС данной дисциплины.

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВИДАМ РАБОТ, ПРЕДУСМОТРЕННЫХ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Подготовка к практическим занятиям

Методические указания по подготовке к практическим занятиям.

К самостоятельной работе относится подготовка к практическому занятию и выполнение домашнего задания.

Домашнее задание состоит из индивидуальных заданий, процедура проверки которых включает в себя перечень практических упражнений и вопросов для собеседования.

Итоговый продукт самостоятельной работы: индивидуальное задание.

Средства и технологии оценки: собеседование.

4.2. Методические указания по составлению глоссария по тексту

Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

Подобно любому словарю глоссарий состоит из автономных лексических единиц, расположенных:

- по алфавиту;
- по мере появления терминов в тексте или задании;
- в соответствии с темой изучаемого раздела дисциплины.

Для составления глоссария по заданной теме нужно найти информацию с разных источников (сеть «Интернет», энциклопедии, практические пособия, учебная литература), изучить ее и составить в рукописном варианте или пользуясь текстовым процессором.

Работа должна быть представлена на бумаге формата А4 в печатном (компьютерном) или рукописном варианте.

Каждая лексическая единица записывается на отдельной строчке. В состав ее характеристики должны входить не только краткое толкование, но и комментарии, примеры, поясняющие цитаты, ссылки на литературу. Главным отличием глоссария от обычных словарей является формирование его в качестве единого комплекса информации в соответствии с исследовательской или практической задачей.

Рекомендации по составлению глоссария:

- **Главное правило глоссария – достоверность.** Пояснение должно наиболее точно отражать суть лексической единицы.
- **Пояснение должно быть корректным и понятным.** Нельзя использовать откровенные жаргонизмы, но и слишком сложный научный текст может только запутать пользователя.
- **Учитывать все варианты.** Если один и тот же термин может иметь несколько равнозначных значений, нужно учитывать все варианты, и на конкретных примерах приводить значение термина в том или ином контексте.

Итоговый продукт самостоятельной работы: словарная статья.

Средства и технологии оценки: собеседование.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ К ЭКЗАМЕНУ

Процедура проведения экзамена осуществляется в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в СКФУ.

В экзаменационный билет включаются задания для проверки:

- 1) изучающего чтения (научно-популярный текст или текст бытового, социокультурного характера на иностранном языке объемом до 2000 печ. зн.);
- 2) лексики и грамматики (тест, объем - 10 предложений);
- 3) подготовленной устной речи монологического характера (сообщение на одну из изученных тем, объем - не менее 15-20 фраз).

Для подготовки по билету отводится: 20-25 мин.

При подготовке к ответу студенту предоставляется право пользования: словарем.

При проверке практического задания, оцениваются:

- правильность фонетического и лексического строя иностранного языка; понимание иноязычного текста посредством частичного перевода и в форме беседы с экзаменатором по его содержанию;
- корректность выполнения лексико-грамматического теста;
- соответствующее употребление лексики, фонетики и грамматики при монологическом высказывании; логичность и последовательность высказывания, темп речи.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме:

Перечень основной литературы

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 26.0000043E7AB8B952205E7BA509060000043E
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru>
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

1. Губина Г.Г. Английский язык для туристов в сфере профессиональной коммуникации = English for Tourists in Professional Communication. – Москва|Берлин: Директ-Медиа, 2017. –

Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru> – ЭБС «Университетская библиотека онлайн»

2. Королева, Н.Е. Английский язык. Сервис и туризм: учеб.пособие / Н.Е. Королева, Э.З. Барсегян, А.М. Сербиновская. – 5-е изд. – Ростов н/Д: Феникс, 2011. – 407 с.

Перечень дополнительной литературы

1. Агабекян, И. П. Английский язык в сфере обслуживания : [учеб.пособие] / И.П.Агабекян. – Ростов н/Д: Феникс, 2012. – 377 с.
2. Агабекян, И.П. Английский язык: сервис и туризм: учеб.пособие / И.П. Агабекян. – М.: Дашков и Ко, 2013. – 312 с.
3. Жулидов С.Б. The Travel and Tourism Industry: учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2015. – Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru> – ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
4. Нуреева, Д.Н. English for Service and Tourism=Английский язык. Сервис и туризм: учебно-методическое пособие / под ред. Е.И. Шевченко. – Казань: Издательство КНИТУ, 2014. – 139 с. – Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru> – ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
5. Сербиновская, А.М. Английский язык для турбизнеса и сервиса: учебник / А.М.Сербиновская. – 2-е изд. – М. : Дашков и К, 2008. – 428 с.

Интернет-ресурсы:

<http://www.biblioclub.ru>

<http://www.iprbookshop.ru>

<http://www.catalog.ncstu.ru>

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023