Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины:
Деловой русский язык

Уровень высшего образования:
магистратура

Направление подготовки:
45.04.02 Лингвистика

Направленность (профиль) образования:
Практический курс русского языка

Форма обучения:
очная

г. Москва

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 45.04.02 Лингвистика, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 № 980.

1. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина «Деловой русский язык» входит в образовательную программу «Практический курс русского языка как иностранного» и реализуется в 1 семестре. Дисциплина является обязательной для освоения.

2. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля).

Целью освоения дисциплины является развитие коммуникативной компетенции иностранных обучающихся в сфере профессионально-делового общения на русском языке, включая устную и письменную коммуникацию в ситуациях бизнеса, коммерции и внешнеторговой деятельности.
Задачи освоения дисциплины:
– систематизировать знания о нормах русского делового общения, речевом этикете и языковых особенностях официально-деловой коммуникации;
– сформировать умение понимать и анализировать устные и письменные тексты профессионально-деловой тематики;
– развить умение выбирать коммуникативные стратегии и языковые средства с учетом цели, адресата и ситуации делового общения;
– сформировать навыки ведения деловой беседы и переговоров, подготовки публичного выступления, деловой переписки и оформления документов.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с требуемыми компетенциями выпускников

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Компетенции выпускников (коды)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с индикаторами достижения компетенций.

УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла. УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.	УК-2.1. Формирует план-график реализации проекта и план контроля за его выполнением. УК-3.1. Учитывает интересы, особенности поведения и мнения людей, с которыми взаимодействует, и корректирует собственные действия.	Знать: основные этапы подготовки группового проекта и нормы взаимодействия в деловой команде; Уметь: распределять задачи, планировать совместную работу и представлять ее результаты; Владеть: навыками командной коммуникации и публичной защиты проекта на русском языке.

УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия.	УК-4.2. Демонстрирует интегративные умения, необходимые для эффективного участия в академических и профессиональных дискуссиях.	Знать: нормы устного и письменного делового этикета, основные жанры деловой коммуникации и бизнес-терминологию; Уметь: вести деловую беседу, переговоры и переписку, создавать монологические и диалогические высказывания; Владеть: навыками профессионального взаимодействия в очной и цифровой среде.

ОПК-1 Способен применять в профессиональной деятельности широкий спектр коммуникативных стратегий и тактик, риторических и стилистических приемов, принятых в разных сферах коммуникации.	ОПК-1.1. Осуществляет профессиональную коммуникацию в научной, педагогической, информационно-коммуникационной, переводческой и других видах филологической деятельности.	Знать: коммуникативные стратегии и тактики русского делового общения, правила построения деловых текстов и способы выражения логико-смысловых отношений; Уметь: выбирать языковые средства с учетом роли участников, цели и этапа делового взаимодействия; Владеть: навыками создания, редактирования и интерпретации устных и письменных текстов деловой сферы.

4. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины — 2 з.е.; контактная работа в форме практической подготовки — 36 академических часов (36 ч. – практические занятия); самостоятельная работа — 36 академических часов. Форма промежуточной аттестации — зачет с оценкой. Дисциплина может реализовываться с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины (модуля) Форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	**Всего (часы)**	**Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем)** ***Виды контактной работы, часы***					**Самостоятельная работа** ***Виды контактной работы, часы***		
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа (практические/ лабораторные)	Групповые консультации	Индивидуаль-ная работа с обучающимися	Всего	Виды	Часы	Всего
1. ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ Особенности делового стиля: лексические и грамматические средства, речевые клише. Виды и формы профессионально-делового общения. Знакомство, представление, первая деловая встреча очно и онлайн. Нормы обращения на «Вы» и на «ты». Устный опрос (УО).	8	0	4	0	0	4	Работа с литературой	4	4
2. ДЕЛОВАЯ ПЕРЕПИСКА Структура делового письма. Этикетные формулы. Письмо-запрос, письмо-ответ, письмо-оферта. Составление и заполнение документов делового характера. Письменное домашнее задание (ПДЗ).	4	0	2	0	0	2	Практические задания	2	2

3. РЫНКИ И УСЛОВИЯ ПЛАТЕЖА Классификация рынков. Региональные рынки России. Выход компании на рынок. Деятельность консалтинговой компании. Формы международных платежей: предоплата, аккредитив, инкассо. Проектная работа (ПР).	12	0	6	0	0	6	Работа с литературой	6	6
4. АНАЛИЗ РЫНКА И ВЫБОР ДЕЛОВОГО ПАРТНЕРА Аналитическая справка и маркетинговый отчет. Представление результатов исследования рынка. Досье компании-партнера. Критерии выбора партнера. Подготовка и проведение переговоров. Доклад (Д), проектная работа (ПР).	12	0	6	0	0	6	Подготовка доклада и проекта	6	6
5. ПОСРЕДНИКИ НА РЫНКЕ Агентское соглашение: принципал и агент. Договор комиссии: комитент и комиссионер. Договор консигнации: консигнант и консигнатор. Структура договоров, условия сотрудничества и отчеты посредников. Ролевая игра-ситуация (РИС).	16	0	8	0	0	8	Подготовка ролевой игры	8	8
6. ЛОГИСТИКА И ТАМОЖНЯ Деятельность логистической	20	0	10	0	0	10	Подготовка проекта	10	10

компании. Виды транспортировки грузов. Обсуждение стоимости и скидок. Таможенные режимы. Грузовая таможенная декларация. Оформление таможенных документов и деловая беседа с представителем логистической компании. Проектная работа (ПР).									
Итого:	72	0	36	0	0	36		36	36

Примечание:
Условные обозначения форм контроля:
Т – тест
ПДЗ – письменное домашнее задание
УО – устный опрос
ПР – проектная работа
Д – доклад; РИС – ролевая игра-ситуация

6. Фонд оценочных материалов по дисциплине (модулю) и промежуточной аттестации обучающихся

Оценка качества учебных достижений обучающихся по дисциплине осуществляется в виде текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

6.1. Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины. Он учитывает выполнение обучающимся всех контрольных мероприятий, предусмотренных рабочей программой дисциплины, самостоятельную работу и активность участия в практических занятиях. Формы текущего контроля и критерии их оценивания представлены в настоящей рабочей программе дисциплины.

6.1.1. Тематика и требования к ответам во время устных опросов

Примерные вопросы для устного опроса (Тема 1)

1. Что такое профессионально-деловое общение?
2. Какие формы профессионально-делового общения существуют?
3. Каковы основные нормы русского делового этикета?
4. Как представиться и представить коллегу на деловой встрече?
5. Как выбор обращения на «Вы» или на «ты» зависит от ситуации общения?
6. Какие речевые клише используются при установлении делового контакта?
7. Чем очная деловая встреча отличается от встречи в цифровой среде?
8. Какие невербальные средства значимы в русской деловой коммуникации?
9. Какова структура деловой беседы?
10. Какие коммуникативные стратегии помогают предупреждать конфликт?

Требования к ответам на устных опросах

Критерии	Показатели

Адекватность ответа поставленному вопросу	Ответ соответствует вопросу и раскрывает его содержание.
Связность и логичность ответа	Ответ структурирован, логически последователен и содержит необходимые примеры.
Лексико-грамматическое оформление ответа	Использованы уместные языковые средства; коммуникативно значимые ошибки отсутствуют.

Шкала оценивания устных опросов (в баллах):

Выполнение требований к ответам на устных опросах	Оценка
Ответ полностью соответствует вопросу, структурирован, логически связан и не содержит коммуникативно значимых ошибок.	5 («Отлично»)
Ответ соответствует вопросу, логически связан и структурирован; допущены отдельные незначительные лексические или грамматические ошибки.	4 («Хорошо»)
Ответ в целом соответствует вопросу, но логика или полнота нарушены; допущены лексические и грамматические ошибки.	3 («Удовлетворительно»)
Ответ не соответствует вопросу, не структурирован; логика нарушена, допущено более 10 коммуникативно значимых ошибок.	2 («Неудовлетворительно»)

6.1.2. Требования к выполнению письменных работ

Примерные задания к письменной работе № 1 (Тема 2)

1. Составьте электронное письмо для установления делового контакта.
2. Напишите письмо-запрос о товарах, ценах и условиях поставки.
3. Подготовьте письмо-ответ на запрос потенциального партнера.
4. Составьте краткую письменную презентацию компании.
5. Подготовьте повестку первой деловой встречи.

Критерии оценки письменной работы № 1

Критерии	Показатели
Соответствие заданию	Автор понимает задачу, выбирает релевантную информацию и соблюдает требования делового жанра.
Связность, логичность и содержательная полнота	Текст структурирован, не содержит логических противоречий и полно решает коммуникативную задачу.
Лексико-грамматическое и жанровое оформление	Языковые средства выбраны с учетом адресата, цели и ситуации; коммуникативно значимые ошибки отсутствуют.

Шкала оценивания письменной работы № 1 (в баллах):

Соответствие работы критериям	Оценка

Работа полностью решает коммуникативную задачу, логична, структурирована и не содержит коммуникативно значимых ошибок.	5 («Отлично»)
Работа решает коммуникативную задачу, логична; допускается до 5 коммуникативно значимых ошибок.	4 («Хорошо»)
Работа в целом решает коммуникативную задачу; имеются нарушения логики или жанрового оформления, допускается до 10 коммуникативно значимых ошибок.	3 («Удовлетворительно»)
Работа не решает коммуникативную задачу, не структурирована или содержит более 10 коммуникативно значимых ошибок.	2 («Неудовлетворительно»)

Примерные задания к письменной работе № 2 (Тема 4)

1. Подготовьте аналитическую справку о выбранном региональном рынке.
2. Составьте письмо-оферту от имени консалтинговой компании.
3. Подготовьте досье на потенциальную компанию-партнера.
4. Сравните предложения двух логистических компаний и обоснуйте выбор.
5. Напишите рекомендации по подготовке деловых переговоров.

Критерии оценки письменной работы № 2

Критерии	Показатели

Соответствие заданию	Автор понимает задачу, выбирает релевантную информацию и соблюдает требования делового жанра.
Связность, логичность и содержательная полнота	Текст структурирован, не содержит логических противоречий и полно решает коммуникативную задачу.
Лексико-грамматическое и жанровое оформление	Языковые средства выбраны с учетом адресата, цели и ситуации; коммуникативно значимые ошибки отсутствуют.

Шкала оценивания письменной работы № 2 (в баллах):

Соответствие работы критериям	Оценка
Работа полностью решает коммуникативную задачу, логична, структурирована и не содержит коммуникативно значимых ошибок.	5 («Отлично»)
Работа решает коммуникативную задачу, логична; допускается до 5 коммуникативно значимых ошибок.	4 («Хорошо»)
Работа в целом решает коммуникативную задачу; имеются нарушения логики или жанрового оформления, допускается до 10 коммуникативно	3 («Удовлетворительно»)

значимых ошибок.	
Работа не решает коммуникативную задачу, не структурирована или содержит более 10 коммуникативно значимых ошибок.	2 («Неудовлетворительно»)

6.1.3. Требования к выполнению тестов
Примерные вопросы к тесту № 1 (Тема 3)

1. Какая формула обращения соответствует нейтральному деловому письму?
А) Уважаемый господин Иванов!*
Б) Привет, Иванов!
В) Здравствуй, дорогой коллега!

2. Письмо-запрос направляют, чтобы…
А) получить сведения о товаре, цене или условиях сотрудничества.*
Б) поздравить партнера с праздником.
В) сообщить личную новость.

3. Какой элемент обязателен в деловом письме?
А) обращение и подпись отправителя.*
Б) шутка в начале письма.
В) разговорное сокращение.

4. Выберите нормативное управление.
А) согласно договору.*
Б) согласно договора.

В) согласно с договором.

5. Аккредитив — это…
А) форма безналичных расчетов, при которой банк производит платеж при выполнении установленных условий.*
Б) вид делового приветствия.
В) документ о регистрации компании.
Г) вид транспортной упаковки.

6. Консалтинговая компания обычно…
А) анализирует рынок и дает профессиональные рекомендации.*
Б) оформляет только личные документы.
В) осуществляет только перевозку грузов.

7. Досье компании-партнера включает…
А) сведения о деятельности, репутации и платежеспособности компании.*
Б) только рекламный слоган.
В) личные фотографии сотрудников.
Г) меню корпоративной столовой.

8. Сторона агентского соглашения, действующая по поручению принципала, называется…
А) агентом.*
Б) комитентом.
В) перевозчиком.

9. Консигнационный склад используется для…
А) хранения товара до его продажи покупателю.*
Б) проведения деловых переговоров.
В) обучения сотрудников.
Г) регистрации товарного знака.

10. Условия поставки обычно определяют…

А) обязанности сторон, сроки, расходы и риски при передаче товара.*
Б) правила внутреннего распорядка офиса.
В) только внешний вид упаковки.

Критерии оценки теста № 1:

Критерии	Показатели
Корректность ответов	Ответ выбран верно.
Оформление работы	Соблюдены требования к оформлению работы.

Шкала оценивания теста № 1 (в баллах):

Количество правильных ответов	Оценка
9 и более правильных ответов	5 («Отлично»)
7 – 8 правильных ответов	4 («Хорошо»)
5 – 6 правильных ответов	3 («Удовлетворительно»)
Менее 5 правильных ответов	2 («Неудовлетворительно»)

6.1.4. Требования к подготовке проекта и ролевой игры-ситуации

Примерные темы проекта 1 (Тема 4)
«Выход компании на региональный рынок России»
«Анализ состояния выбранного рынка»
«Сравнение стратегий выхода на международный рынок»

Требования к структуре и содержанию проекта 1

Результатом проектной деятельности является письменная работа (аналитическая справка, таблица или инфографика), представленная на защите с мультимедийной презентацией и докладом.

Критерии оценивания проекта 1

Этапы	Критерии
Подготовка проекта	Постановка цели проекта
	Планирование путей достижения цели проекта
	Поиск и отбор релевантной информации для решения задач проекта
	Оформление проектной работы
Защита проекта	Соответствие содержания проекта заявленной теме
	Глубина раскрытия темы проекта
	Разнообразие, релевантность и качество источников информации
	Корректность языкового и жанрового оформления
	Качество проведения презентации проекта

Шкала оценивания проекта 1 (в баллах):

Проектная работа (до 10 баллов)	10 баллов	Сформулирована проблема и обоснована её актуальность, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, высокий уровень самостоятельности и оригинальности работы, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны ответы на дополнительные вопросы.
	9-8 баллов	Основные требования к работе выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в

		материалах; нарушена логическая последовательность в суждениях; работа самостоятельна но не достаточно оригинальна, не выдержан объём работы; имеются упущения в оформлении; но на дополнительные вопросы при защите даны полные ответы.
	7-5 баллов	Имеются существенные отступления от требований к работе. В частности: проблема решена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании работы. В работе обнаружены значительные заимствования. На дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.
	4-1 балл	Проблема не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы. Работа выполнена не самостоятельно. Во время защиты отсутствует вывод.
	0 баллов	Работа не сдана.

Примерные темы ролевой игры-ситуации (Тема 5)

«Первая деловая встреча с потенциальным партнером»
«Переговоры о заключении агентского соглашения»
«Обсуждение условий договора консигнации»

Требования к структуре и содержанию ролевой игры-ситуации
Ролевая игра проводится в парах или группах и предполагает решение профессионально-деловой задачи с использованием изученной лексики, норм речевого этикета и коммуникативных стратегий.

Критерии оценивания ролевой игры-ситуации

Этапы	Критерии
Подготовка	Определение коммуникативной цели
	Распределение ролей и учет статуса участников
	Планирование этапов делового взаимодействия
	Отбор тематической лексики и речевых клише
Проведение	Соответствие ролевой игры предложенной ситуации
	Соблюдение норм русского делового этикета
	Логичность и результативность взаимодействия
	Лексико-грамматическая правильность речи
	Корректность интонационных и произносительных норм

Шкала оценивания ролевой игры-ситуации (в баллах):

Ролевая игра-ситуация (до 10 баллов)	10 баллов	Коммуникативная задача решена полностью; роли выдержаны, деловой этикет соблюден, взаимодействие логично и результативно; допущены лишь отдельные незначительные ошибки.
	9-8 баллов	Коммуникативная задача решена; имеются отдельные неточности в логике взаимодействия, выборе языковых средств или речевом оформлении.
	7-5 баллов	Коммуникативная задача решена частично; нарушены отдельные нормы делового этикета, допущены фактические, лексические или грамматические ошибки.

	4-1 балл	Коммуникативная задача не решена; роли не выдержаны, взаимодействие затруднено, допущены многочисленные коммуникативно значимые ошибки.
	0 баллов	Ролевая игра-ситуация не представлена.

6.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине обеспечивает оценку степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения по дисциплине.

6.2.1. Шкала оценивания уровня знаний

В Институте используется 5-балльная система оценивания уровня знаний обучающихся. В связи с освоением программы иностранными обучающимися результаты промежуточного и итогового контроля фиксируются также в 100-балльной системе оценивания, позволяющей образовательным организациям засчитывать прохождение обучения в Институте в рамках программы стажировки. Перевод 5-балльной системы оценивания уровня знаний обучающихся в 100-балльную систему оценивания проводится по следующим соотношениям:

0 - 50 баллов = «неудовлетворительно», «не зачтено»

51 - 70 баллов = «удовлетворительно», «зачтено»

71 - 85 баллов = «хорошо», «зачтено»

86 -100 баллов = «отлично», «зачтено».

К промежуточной аттестации допускаются обучающиеся, набравшие не менее 51 балла в ходе проведения текущего контроля успеваемости. В случае наличия учебной задолженности обучающийся отрабатывает пропущенные занятия в форме, предложенной преподавателем и представленной в настоящей рабочей программе дисциплины в разделе самостоятельная работа.

Промежуточная аттестация осуществляется в форме зачета с оценкой и включает устное и письменное задания профессионально-деловой направленности.

6.2.2. Примерные вопросы и задания для подготовки к зачету с оценкой:

1. Профессионально-деловое общение: цели, виды и формы.

2. Нормы русского делового этикета.
3. Представление компании и ее деятельности.
4. Установление делового контакта на первой встрече.
5. Структура и языковое оформление делового письма.
6. Письмо-запрос и письмо-ответ.
7. Письмо-оферта консалтинговой компании.
8. Классификация рынков и характеристика регионального рынка.
9. Формы международных платежей.
10. Аналитическая справка и маркетинговый отчет.
11. Критерии выбора делового партнера.
12. Подготовка и проведение коммерческих переговоров.
13. Агентское соглашение: стороны, структура и условия.
14. Договор комиссии и договор консигнации.
15. Выбор логистической компании и обсуждение условий перевозки.
16. Таможенные режимы и оформление таможенных документов.

6.2.3. Примерное задание к зачету с оценкой:

ЗАЧЕТНОЕ ЗАДАНИЕ № 1

1. Представьте компанию, которая планирует выйти на российский рынок: охарактеризуйте ее деятельность, товар или услугу, целевую аудиторию и конкурентные преимущества.
2. Прочитайте письмо-запрос и подготовьте письменный ответ, соблюдая структуру и нормы деловой переписки.

Уважаемые господа! Просим направить нам информацию о стоимости, сроках поставки и условиях оплаты оборудования, представленного в вашем каталоге.

В ответном письме подтвердите получение запроса, сообщите основные условия предложения, укажите срок действия цены и выразите готовность продолжить переговоры.

6.2.4. Критерии и шкала результатов обучения по дисциплине

Критерии оценивания результатов обучения по дисциплине при проведении промежуточной аттестации:

Планируемые	Критерии оценивания результатов обучения по дисциплине

результаты обучения по дисциплине	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
	«не зачтено»	«зачтено»		
	0 - 50 баллов	51 - 70 баллов	71 - 85 баллов	86 -100 баллов
Сформированность знаний (знать)	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имелись грубые ошибки. Невозможно оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, или в объеме, превышающем программу подготовки, продемонстрирован без ошибок и погрешностей.
Сформированность умений (уметь)	Отсутствие минимальных умений. При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имелись грубые ошибки. Невозможно оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа.	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме.	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи, но некоторые с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов.
Сформированность навыков (владеть)	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имелись грубые	Продемонстрирован минимальный набор навыков. Решены стандартные задачи с некоторыми	Продемонстрированы базовые навыки. Решены стандартные	Продемонстрировано всестороннее владение навыками. Задачи, в том числе нестандартные, решены без

	ошибки. Невозможно оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа.	недочетами.	задачи, но некоторые с недочетами.	ошибок и недочетов.

7. Методические материалы

При реализации дисциплины «Деловой русский язык» применяются следующие образовательные технологии: коммуникативное и проблемное обучение, проектная технология, ролевые и деловые игры, моделирование профессиональных ситуаций, анализ аутентичных текстов, работа с учебной литературой и тестирование.

Самостоятельная работа включает изучение учебной литературы, выполнение письменных домашних заданий, подготовку докладов, проектов и ролевых игр-ситуаций, поиск и анализ информации о рынках и компаниях, составление деловых писем, аналитических справок и документов.

7.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы и иные материалы

Основная литература:

1. Базванова Т.Н., Орлова Т.К. Бизнес-корреспонденция: учебное пособие по обучению деловому письму для изучающих русский язык как иностранный. A2–B1. — 5-е изд. — М.: Русский язык. Курсы, 2023. — 152 с.
2. Быкова А.А. Язык деловой документации: учебное пособие. — М.: Флинта, 2023. — 104 с.
3. Косарева Е.В. Стратегия успеха: русский язык для делового общения. B2–C1. — 2-е изд. — М.: Русский язык. Курсы, 2022. — 184 с.
4. Орехова И.А., Шурупова И.В. Русский язык делового общения для иностранных студентов-филологов: учебное пособие. — М.: Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, 2016. — 108 с.
5. Скорикова Т.П. Пособие для специалистов: встречи, переговоры, переписка. Бизнес-курс по русскому языку. A2. — 3-е изд. — М.: Русский язык. Курсы, 2022. — 216 с.
6. Деловой русский язык на каждый день: учебно-методическое пособие / отв. ред. Л.Б. Волкова, Т.И. Попова. — СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2018. — 214 с.

Дополнительная литература:

1. Акишина Т.Е. Русский для деловой поездки. — М.: Русский язык. Курсы, 2017. — 264 с.
2. Маркова В.А. Русский язык в офисе: учебное пособие. — М.: Флинта, 2020. — 164 с.
3. Ратмайр Р. Русская речь и рынок: традиции и инновации в деловом и повседневном общении. — М.: Языки славянских культур, 2013. — 456 с.

Словари и справочники:

1. Библиотека. Словари: электронный ресурс. — URL: https://gramota.ru/biblioteka/slovari (дата обращения: 13.09.2026).
2. Россия. Большой лингвострановедческий словарь: 2000 реалий истории, культуры, природы, быта и др. / под общ. ред. Ю.Е. Прохорова. — М.: АСТ-Пресс, 2009. — 725 с.

Периодические издания:

1. Международный аспирантский вестник. Русский язык за рубежом: журнал.
2. Русский язык за рубежом: научно-практический журнал.

7.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

Microsoft Windows 10;

Microsoft Office 2016 стандартная;

Big Blue Button.

8. Ресурсное обеспечение

Для реализации рабочей программы дисциплины имеются помещения для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории.

Помещение для проведения занятий лекционного типа поточная аудитория на 100 посадочных мест укомплектовано: специализированной мебелью посадочные места, столы, доска, компьютер, интерактивная доска.

Помещение для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации укомплектовано: специализированной мебелью, компьютером, интерактивной доской, мультимедиа проектором, звуковой системой.

Помещение для самостоятельной работы оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Института.

8.1. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Электронно-библиотечные системы		
Электронно-библиотечная система IPR SMART	https://www.iprbookshop.ru/	Доступ после регистрации
Профессиональные базы данных		
Национальный корпус русского языка	https://ruscorpora.ru/	Свободный доступ

8.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Наименование	Ссылка на ресурс	Доступность (свободный доступ/ ограниченный доступ)
Информационно-справочные системы		
Образовательный портал «Образование на русском»	https://pushkininstitute.ru/	Свободный доступ после регистрации
Справочно-информационный портал «Грамота.ру»	https://gramota.ru/	Свободный доступ
Торгово-промышленная палата Российской Федерации	https://tpprf.ru/	Свободный доступ

9. Язык преподавания

Русский.

10. Разработчики программы

Разработчики: Бабенко Анна Владимировна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры русского языка как иностранного гуманитарного профиля; Борченко Виктория Сергеевна, старший преподаватель кафедры русского языка как иностранного гуманитарного профиля.

Приложение
к рабочей программе
дисциплины

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Деловой русский язык

Код и наименование направления подготовки: 45.04.02 Лингвистика

Уровень высшего образования: магистратура

Направленность (профиль) образования: Практический курс русского языка как иностранного

Форма обучения: очная

Квалификация: магистр

г. Москва

1. ОЦЕНИВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель фонда оценочных материалов – контроль и оценка образовательных достижений обучающихся в ходе освоения рабочей программы дисциплины «Деловой русский язык».

Цель текущей аттестации – обеспечение своевременной обратной связи, для коррекции обучения, активизации самостоятельной работы обучающихся.

Цель промежуточной аттестации – оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения ОПОП «Лингвистика. Магистратура».

2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

№ п/п	Содержание задания	Шифр индикатора достижения компетенции (ИДК)			
		УК-2.1.	УК-3.1.	УК-4.2.	ОПК-1.1.
Раздел/ Тема **Модуль 1. Деловое общение. Представление. Деловая переписка.**					
1	**Тема 1. Профессионально-деловое общение**. Особенности делового стиля (лексические и грамматические). Речевые клише официально-делового стиля речи. Профессионально-деловое общение: виды, формы, языковая специфика. **Проверка домашнего задания:** 1. Назовите основные черты официально-делового стиля речи. 2. Каковы основные лексические особенности деловой речи? Чем объясняется преимущественно именной характер официально-делового стиля? 3. Чем отличается грамматический строй деловой речи? 4. Что представляет собой профессионально-деловое общение? **Ключи (примерные ответы):** 1. Точность и однозначность, логичность и последовательность, стандартизация формулировок, объективность, употребление специальных терминов, сложные синтаксические конструкции. 2. Лексический уровень: общеупотребительные нейтральные слова, термины и словосочетания терминологического характера, «канцеляризмы», не используются слова со сниженной стилистической окраской, встречаются историзмы и архаизмы, замена	+	+	+	+

	архаичных слов современными эквивалентами, употребление вербономинантов, свободные словосочетания и фразеологизированные, клише. 3. Точностью, неличностью и предписывающим характером изложения; используются существительные, образованные от глаголов или глагольных словосочетаний и обозначающие людей по определенному действию или отношению к действию. 4. Это сложный многоплановый процесс установления и развития профессиональных и деловых контактов между людьми, осуществляемое знаковыми средствами взаимодействие субъектов, которое порождается потребностью в совместной деятельности и включает в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание другого человека и оказание влияния на него. **Задание. Подготовка доклада в сфере делового общения.** Темы докладов: 1. Этика и этикет делового общения. 2. Функции и содержание делового общения. 3. Имидж деловой женщины /мужчины. 4. Культура переговоров. Требования к структуре и содержанию доклада: 1. Доклад должен состоять из следующих частей: • введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы); • основная часть (основной материал по теме; может быть поделена на разделы, каждый из которых, доказательно раскрывая отдельную проблему или одну из ее сторон, логически является продолжением предыдущего раздела); • заключение (подводятся итоги или дается обобщенный вывод по теме доклада, предлагаются рекомендации, указываются перспективы исследования проблемы); • список литературы (при необходимости). 2. Доклад должен быть выполнен грамотно, коммуникативно значимые ошибки должны отсутствовать. 3. Объем работы должен составлять не более 5 страниц машинописного текста (компьютерный набор) на одной стороне листа формата А4.				

4. Текст исследовательской работы печатается в редакторе Word, интервал – полуторный, шрифт Times New Roman, кегль – 14, ориентация – книжная.

Критерии оценки доклада:

Критерии	Показатели
Качество изложения	0 – доклад зачитывается, примеры отсутствуют; 1 – доклад рассказывается, четко выстроен, объяснена суть работы, но отсутствуют примеры; 2 – доклад рассказывается, четко выстроен, объяснена суть работы, представлены примеры
Глубина и качество раскрытия темы	0 – доклад не соответствует теме; 1 – доклад соответствует теме, которая верно трактуется и раскрывается автором с разных сторон
Регламент выступления	0 – не выдержан регламент 1 – выдержан регламент
Оформление демонстрационного материала	0 – представлен плохо оформленный демонстрационный материал; 1 – демонстрационный материал хорошо оформлен
Владение автором научным и специальным аппаратом	0 – автор не владеет базовым аппаратом (терминами); 1 – автор владеет базовым аппаратом (терминами)
Четкость выводов, обобщающих доклад	0 – нет выводов; 1 – выводы имеются, но они нечеткие или не аргументированы; 2 – выводы полностью отражают итоги работы, аргументированы
Ясность, лаконичность стиля изложения материала, речевое оформление	0 – стиль изложения сложный, обилие коммуникативно-значимых ошибок; 1 – стиль изложения простой, понятный, лаконичный в речи выступающего встречается до 2 коммуникативно-значимых ошибок
Качество ответов на вопросы	0 – не может ответить на вопросы; 1 – убедительно отвечает на большинство вопросов

	Максимальное количество баллов – 10				
2	**Тема 2. Добро пожаловать!** **Знакомство. Представление. Первая встреча (онлайн/очно). Знакомство с коллегами. Обращение на Вы – Ты.** **Проверка домашнего задания:** 1. Как правильно представиться коллегам на первой встрече? 2. Когда и как уместно перейти с формального обращения «Вы» на неформальное «Ты» при общении с коллегами? 3. Какие темы можно обсудить на первой деловой встрече с новыми коллегами? **Ключи (примерные ответы):** 1. При представлении следует назвать своё имя, фамилию и должность, а также выразить радость от знакомства. Например: «Здравствуйте, меня зовут Анна Иванова, я менеджер по продажам. Очень приятно с вами познакомиться!» 2. Переход на «ты» уместен, когда все участники общения чувствуют себя комфортно и есть взаимное согласие. Это может произойти после первого знакомства, когда возникнет доверительная атмосфера. 3. На первой встрече можно обсудить свои должности, обязанности, а также текущие проекты и возможные направления сотрудничества. Это помогает установить контакт и наладить рабочие отношения. **Задание**. Представьте, что вы находитесь на деловой встрече с новыми коллегами (онлайн или очно). Напишите диалог, в котором вы представляетесь, знакомитесь с коллегами и обсуждаете свои должности и обязанности. Используйте формальное обращение "Вы" в начале диалога, постепенно переходя к более неформальному "Ты", если это уместно. **Ключ к заданию** (примерный ответ студента): Диалог: (Онлайн-встреча) Вы: Здравствуйте, меня зовут Анна, я менеджер по продажам в компании «ТехноСолюшнс». Очень приятно познакомиться с вами всеми.	+	+	+	+

	Коллега 1: Здравствуйте, Анна! Меня зовут Дмитрий, я работаю в отделе маркетинга. Приятно познакомиться. Коллега 2: Всем добрый день! Я Светлана, специалист по подбору персонала. Анна, расскажите, пожалуйста, подробнее о ваших обязанностях. Вы: Спасибо, Светлана! В мою работу входит ведение переговоров с клиентами и разработка стратегий продаж. А чем вы занимаетесь в своих отделах? Дмитрий: Я занимаюсь разработкой рекламных кампаний и взаимодействую с клиентами. Нам тоже нужно обсудить сотрудничество. Светлана: Я занимаюсь набором сотрудников для различных проектов. Если вам понадобятся новые специалисты в вашей команде, дайте знать, я всегда рад помочь. Вы: Это здорово, спасибо! Мы могли бы создать рабочую группу и обсудить все детали. (Если разговор продолжается, вы можете плавно перейти к более неформальному общению.) Вы: Дмитрий, возможно, мы можем перейти на «ты», если вам это удобно? Дмитрий: Конечно, Анна, давай на «ты»! Светлана: И я не против! Вы: Отлично, тогда приятно познакомиться ближе!					
3	**Тема 3. Деловая переписка.** **Деловые письма. Структура письма. Составление и заполнение деловых документов различного характера.** **Проверка домашнего задания:** 1. Почему деловые письма называются деловыми? 2. Какие типы коммерческих и некоммерческих писем вы можете назвать? 3. Какие функции выполняют деловые письма? 4. Какова основная структура делового письма? 5. Какие стилистические особенности следует учитывать при написании деловых писем? 6. Какие ошибки чаще всего допускаются при составлении деловых писем? **Ключи (примерные ответы):** 1. Родовое (общее) название для всех типов корреспонденции, закрепившихся в сфере современной деловой коммуникации. Деловые письма классифицируются по различным типологическим критериям. 2. Коммерческие письма — письма, обслуживающие собственно коммерческую	+	+	+	+

деятельность предприятия: запрос, оферта (или предложение), претензия (или рекламация). Некоммерческие письма — письма, обслуживающие организационные, имиджевые, правовые, технические и иные условия существования и деятельности предприятия: информационное письмо, этикетное письмо.

3. «Функциональная специализация» делового письма необходима для выяснения так называемых минимальных, наиболее типичных текстовых черт, характеризующих тот или иной тип письма, устойчивых структурных частей и стандартных моделей их выражения. В связи с этим возможна комбинация данных моделей при необходимости оформить не одну, а две-три (не больше!) цели делового письма.
4. Основная структура делового письма включает следующие элементы:
   «Шапка» письма (адреса сторон, дата).
   Приветствие.
   Основная часть (содержание, цели письма).
   Заключение (подведение итогов, призыв к действию).
   Прощание.
   Подпись (ФИО, должность).
5. При написании деловых писем необходимо использовать формальный стиль, избегать разговорной лексики, быть кратким и ясным. Важно следить за грамматикой и пунктуацией, использовать вежливые формы обращения.
6. Часто встречаемые ошибки включают: отсутствие прозрачной структуры, неуместное использование сленга или неформальных выражений, ошибки в формате (например, неправильное оформление даты или адреса), а также недостаточная ясность в изложении мысли.

Задание. Составьте деловое письмо по следующему сценарию:
Вы - менеджер по продажам компании "ЭкоТехнологии". Вам необходимо отправить письмо клиенту, который интересовался возможностью приобретения нового продукта - очищающего фильтра для воды. В письме необходимо указать информацию о товаре, его преимуществах, условиях покупки и контактах для обратной связи.

Ключ к заданию (примерный ответ студента):

От: Менеджер по продажам, ОАО "ЭкоТехнологии" Кому: [Имя клиента]

	Тема: О предложении по очищающему фильтру для воды Уважаемый(ая) [Имя клиента], Благодарим Вас за интерес к нашему новому продукту - очищающему фильтру для воды. Мы рады представить вам это инновационное решение, которое поможет вам обеспечить свою семью чистой и безопасной питьевой водой. Преимущества нашего фильтра: Высокая степень очистки - удаление до 99% загрязняющих веществ. Удобный и компактный дизайн, который легко впишется в любой интерьер. Доступная цена и гибкие условия покупки. При заказе до конца месяца вы получите скидку 10% на первый заказ. Для оформления покупки и получения дополнительной информации, пожалуйста, свяжитесь со мной по телефону +7 (123) 456-78-90 или по электронной почте mailto:sales@ecotech.ru. С уважением, [Ваше имя] Менеджер по продажам ОАО "ЭкоТехнологии"				
Раздел/ Тема **Модуль 2. Рынки.**					
4	**Тема 1. Выбор рынка.** **Классификация рынков. Названия региональных рынков России. Деятельность консалтинговой компании. Письмо-оферта консалтинговой компании. Письмо-запрос в консалтинговую компанию. Выход на региональный рынок России. Разговор с представителем консалтинговой компании.** **Проверка домашнего задания**: 1. Какие существуют классификации рынков в России и как они влияют на деятельность компаний? 2. В чем заключается роль консалтинговых компаний при выходе на региональный рынок?	+	+	+	+

Ключи (примерные ответы):

1. Рынки в России можно классифицировать по различным критериям, таким как географическое положение (региональные, национальные, международные), по типу товаров (потребительские, производственные, услуги) и по целевой аудитории (массовый рынок, нишевые рынки). Понимание этих классификаций помогает компаниям адаптировать свои стратегии маркетинга, выбирать правильные каналы сбыта и разрабатывать продукты, соответствующие потребностям конкретных рынков.
2. Консалтинговые компании помогают бизнесам исследовать целевой рынок, предоставляя аналитические данные и прогнозы, разрабатывать стратегии выхода на рынок, консультировать по юридическим аспектам и помогать в поиске местных партнеров. Они также могут предложить решения по адаптации продукции, маркетинговым стратегиям и оптимизации бизнес-процессов с учетом местных особенностей.

Задание. Составьте словосочетания.

а) Образец: российский рынок - рынок России

1. немецкий рынок
2. польский рынок
3. австрийский рынок
4. китайский рынок
5. словацкий рынок

Ключи к заданию:

1. Рынок Германии
2. Рынок Польши
3. Рынок Австрии
4. Рынок Китая
5. Рынок Словакии

Задание. Подготовка презентации консалтинговой компании (проект).

Ситуация. Выберите компанию-посредника для сотрудничества на российском рынке. (Группа делится на несколько команд. Все участники работают в одной компании. Отдельно выбираются генеральный директор компании и его заместитель, которые проводят совещание

по выбору компании-посредника. Каждая команда сообщает информацию, которую она собрала о посреднике).

Критерии оценивания проекта:

Этапы	Критерии
Подготовка проекта	Постановка цели проекта
	Планирование путей достижения цели проекта
	Поиск и отбор информации для решения задач проекта
	Оформление проектной работы
Защита проекта	Соответствие проекта заданию
	Глубина раскрытия темы проекта
	Разнообразие источников информации, целесообразность их использования
	Грамматическая и лексическая правильность употребления языковых единиц
	Оформление проекта
	Качество проведения презентации проекта

Шкала оценивания проекта (в баллах):

10 баллов	Сформулирована проблема и обоснована ее актуальность, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, высокий уровень самостоятельности и оригинальности работы, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны ответы на дополнительные вопросы.
9-8 баллов	Основные требования к работе выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в материалах; нарушена логическая последовательность в суждениях; работа самостоятельна, но недостаточно оригинальна, не выдержан объём работы; имеются упущения в оформлении; но на дополнительные вопросы при защите даны полные ответы.

	7-5 баллов	Имеются существенные отступления от требований к работе. В частности: проблема решена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании работы. В работе обнаружены значительные заимствования. На дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.				
	4-1 балл	Проблема не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы. Работа выполнена не самостоятельно. Во время защиты отсутствует вывод.				
	0 баллов	Работы не сдана.				
5	**Тема 2. Условия платежа.** **Виды международных платежей. Предоплата. Аккредитив. Инкассо. Расчетный счет. Валютный счет. Специальный счет. Письмо-ответ на запрос.** **Проверка домашнего задания:** 1. Что такое аккредитив и какие его основные преимущества? 2. Каковы основные риски, связанные с использованием метода инкассо? 3. В чем разница между расчетным и валютным счетами? **Ключи (примерные ответы):** 1. Аккредитив — это банковское обязательство, которое гарантирует продавцу получение оплаты при соблюдении определенных условий, оформленных в документах. Основные преимущества аккредитива заключаются в безопасности сделок для обеих сторон: гарантии для продавца, что он получит деньги, и для покупателя, что товар будет отправлен только после выполнения условий. 2. Основные риски, связанные с методом инкассо, заключаются в том, что хотя банк выполняет роль посредника, он не предоставляет гарантии получения оплаты. Продавец остается под риском, если покупатель отказывается от оплаты или не выполняет условия контракта. Это делает инкассо менее безопасным механизмом по сравнению с аккредитивом. 3. Расчетный счет — это обычный счет в банке для проведения операций в национальной	+	+	+	+

	валюте, который используется для расчетов между юридическими лицами. Валютный счет позволяет проводить операции в иностранной валюте, что помогает избежать рисков, связанных с колебаниями курсов национальной валюты. Оба счета имеют свои особенности и могут использоваться в зависимости от потребностей бизнеса.				
6	**Тема 3. Анализ рынка.** **Аналитическая справка. Маркетинговый отчет. Выступление на совещании по результатам исследования рынка.** **Проверка домашнего задания:** Доклады по темам: 1. Анализ рынка: методология и примеры. 2. Создание аналитической справки: ключевые элементы и лучшие практики. 3. Эффективная презентация результатов исследования рынка на совещании: структура, стиль, влияние. 4. Социальные медиа и их влияние на маркетинг. 5. Динамика внешнеторгового оборота России. Требования к структуре и содержанию доклада: 1. Доклад должен состоять из следующих частей: • введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы); • основная часть (основной материал по теме; может быть поделена на разделы, каждый из которых, доказательно раскрывая отдельную проблему или одну из ее сторон, логически является продолжением предыдущего раздела); • заключение (подводятся итоги или дается обобщенный вывод по теме доклада, предлагаются рекомендации, указываются перспективы исследования проблемы); • список литературы (при необходимости). 2. Доклад должен быть выполнен грамотно, коммуникативно значимые ошибки должны отсутствовать. 3. Объем работы должен составлять не более 5 страниц машинописного текста (компьютерный набор) на одной стороне листа формата А4. 4. Текст исследовательской работы печатается в редакторе Word, интервал – полуторный, шрифт Times New Roman, кегль – 14, ориентация – книжная.	+	+	+	+

Критерии оценки доклада:

Критерии	Показатели
Качество изложения	0 – доклад зачитывается, примеры отсутствуют; 1 – доклад рассказывается, четко выстроен, объяснена суть работы, но отсутствуют примеры; 2 – доклад рассказывается, четко выстроен, объяснена суть работы, представлены примеры
Глубина и качество раскрытия темы	0 – доклад не соответствует теме; 1 – доклад соответствует теме, которая верно трактуется и раскрывается автором с разных сторон
Регламент выступления	0 – не выдержан регламент 1 – выдержан регламент
Оформление демонстрационного материала	0 – представлен плохо оформленный демонстрационный материал; 1 – демонстрационный материал хорошо оформлен
Владение автором научным и специальным аппаратом	0 – автор не владеет базовым аппаратом (терминами); 1 – автор владеет базовым аппаратом (терминами)
Четкость выводов, обобщающих доклад	0 – нет выводов; 1 – выводы имеются, но они нечеткие или не аргументированы; 2 – выводы полностью отражают итоги работы, аргументированы
Ясность, лаконичность стиля изложения материала, речевое оформление	0 – стиль изложения сложный, обилие коммуникативно-значимых ошибок; 1 – стиль изложения простой, понятный, лаконичный в речи выступающего встречается до 2 коммуникативно-значимых ошибок
Качество ответов на вопросы	0 – не может ответить на вопросы; 1 – убедительно отвечает на большинство вопросов

	Максимальное количество баллов – 10				
7	**Тема 4. Выбор делового партнера на рынке.** **Компания делового партнёра. Вид деятельности компании-партнёра. Характеристика товаров и услуг делового партнёра. Досье на компанию-партнёра. Беседа с деловым партнёром. Подготовка к переговорам с деловым партнёром.** **Проверка домашнего задания:** 1. Каковы ключевые цели переговоров с деловым партнёром? 2. Какие элементы стоит учесть при подготовке к переговорам с деловым партнёром? 3. Как начать разговор на переговорах, чтобы создать положительное впечатление? **Ключи (примерные ответы):** 1. Ключевыми целями переговоров являются обмен информацией о целях и ожиданиях сторон, обсуждение условий сотрудничества, выработка взаимовыгодных условий и достижение соглашения. 2. При подготовке к переговорам стоит учитывать: исследование компании партнёра, определение собственных целей и приоритетов, предварительную проработку возможных сценариев переговоров, а также изучение культурных особенностей и деловой этики страны партнёра. 3. Начать разговор можно с приветствия и комплимента, например, упомянув о недавних успехах компании партнёра. Также полезно установить личный контакт, задав вопросы о благополучии и текущих делах, что поможет создать дружелюбную атмосферу и располагать к переговорам. **Задание. Подготовка проекта о потенциальной компании-партнёре**. Ситуация. Вам нужно рассказать об основных экономических показателях России и перспективах выхода на российский рынок. Для этого: 1. Коротко сообщите о теме вашего выступления. 2. Ознакомьте присутствующих с основными внешнеэкономическими показателями России: внешнеторговым оборотом, объёмами импорта и экспорта. Отметьте, что сальдо торгового баланса страны положительное и выросло. 3. Расскажите о товарной структуре импорта и экспорта в процентном выражении. 4. На основании данной информации сделайте вывод о состоянии отдельных отраслей	+	+	+	+

российской экономики.

5. Сделайте вывод о возможном / невозможном присутствии вашей компании на российском рынке.

Критерии оценивания проекта:

Этапы	Критерии
Подготовка проекта	Постановка цели проекта
	Планирование путей достижения цели проекта
	Поиск и отбор информации для решения задач проекта
	Оформление проектной работы
Защита проекта	Соответствие проекта заданию
	Глубина раскрытия темы проекта
	Разнообразие источников информации, целесообразность их использования
	Грамматическая и лексическая правильность употребления языковых единиц
	Оформление проекта
	Качество проведения презентации проекта

Шкала оценивания проекта (в баллах):

10 баллов	Сформулирована проблема и обоснована ее актуальность, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, высокий уровень самостоятельности и оригинальности работы, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны ответы на дополнительные вопросы.
9-8 баллов	Основные требования к работе выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в материалах; нарушена логическая последовательность в суждениях; работа самостоятельна, но недостаточно оригинальна, не выдержан объём работы; имеются упущения в оформлении; но на дополнительные вопросы при защите даны полные ответы.

	7-5 баллов	Имеются существенные отступления от требований к работе. В частности: проблема решена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании работы. В работе обнаружены значительные заимствования. На дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.				
	4-1 балл	Проблема не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы. Работа выполнена не самостоятельно. Во время защиты отсутствует вывод.				
	0 баллов	Работы не сдана.				
Раздел/ Тема **Модуль 3. Посредники на рынке.**						
8	**Тема 1. Агентское соглашение.** **Стороны соглашения: принципал и агент. Разделы агентского соглашения.** **Особенности агентского соглашения. Заключение агентского соглашения. Отчет агента.** **Проверка домашнего задания:** 1. Что такое принципал и агент в рамках агентского соглашения? 2. Какие основные разделы обычно включаются в агентское соглашение? 3. Каков порядок отчетности агента перед принципалом? **Ключи (примерные ответы):** 1. Принципал — это сторона, которая нанимает агента для продвижения своих товаров или услуг на определенной территории, а агент — это сторона, которая осуществляет действия от имени принципала для достижения коммерческих целей, таких как продажа или реклама продукции. 2. Основные разделы агентского соглашения обычно включают: стороны соглашения, обязательства и права сторон, условия выплаты вознаграждения, срок действия соглашения и порядок отчетности агента. Эти разделы помогают четко установить обязанности сторон и условия сотрудничества. 3. Агент обязан предоставлять регулярные отчеты о своей деятельности, обычно ежемесячно. В отчетах должны содержаться данные о проданных товарах, выполненных действиях по продвижению и информация о рыночной ситуации, что позволяет принципалу контролировать эффективность работы агента.	+	+	+	+

Задание. Подготовка ролевой игры-ситуации о совместной деятельности с компанией-агентом.

Ситуация. Вы принимаете участие в совещании, где обсуждаются вопросы выбора посредника. Сделайте выступление по теме совещания.

1. Выскажите свою точку зрения о способах выхода на рынок (самостоятельно или при помощи посредника).
2. Отметьте, какой из способов кажется наиболее приемлемым для вашей компании.
3. Аргументируйте вашу точку зрения.
4. Расскажите, к каким посредникам лучше обратиться вашей фирме.
5. Проинформируйте собравшихся о способах поиска посредника на российском рынке.

Требования, предъявляемые к ролевой игре-ситуации:

– соответствие ролевой игры-ситуации по предложенной преподавателем теме;
– использование соответствующих лексических и грамматических средств (в т.ч. изученной в рамках занятий слов, конструкций и т.д.);
– корректность интонационных и произносительных норм.

Шкала оценивания ролевой игры-ситуации (в баллах):

10 баллов	Соблюдены все критерии, допускаются незначительные грамматические и лексические ошибки, сформулирована проблема и обоснована ее актуальность, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, высокий уровень самостоятельности и оригинальности.
9-8 баллов	Основные требования к работе выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в материалах; нарушена логическая последовательность в суждениях; присутствуют грамматические и лексические ошибки, работа самостоятельна, но недостаточно оригинальна.
7-5 баллов	Имеются существенные отступления от требований к работе. В частности: проблема решена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании работы, присутствует значительное количество грамматических и лексических ошибок. В работе обнаружены

<table>
<tr><td></td><td><table>
<tr><td></td><td>значительные заимствования, недостаточна самостоятельная работа обучающихся.</td></tr>
<tr><td>4-1 балл</td><td>Проблема не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, присутствуют ошибки, в том числе коммуникативные. Работа выполнена не самостоятельно. Во время ответа отсутствует вывод.</td></tr>
<tr><td>0 баллов</td><td>Ролевая игра-ситуация, не сдана, не соответствующая заданию.</td></tr>
</table></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>9</td><td>Тема 2. Договор комиссии.
Стороны договора: комитент и комиссионер. Разделы договора комиссии. Особенности договора комиссии. Заключение договора комиссии. Отчет комиссионера.
Проверка домашнего задания:
1. Что такое договор комиссии и каковы основные стороны в этом соглашении?
2. Какие разделы обычно включаются в договор комиссии?
3. Какие особенности существуют у договора комиссии в сравнении с другими договорами, например, с договором купли-продажи?

Ключи (примерные ответы):
1. Договор комиссии — это соглашение, в рамках которого одна сторона (комитент) поручает другой стороне (комиссионеру) выполнить определенные действия по продаже товаров или услуг от имени и за счет комитента. Комитент является владельцем товаров, а комиссионер выступает как агент, занимающийся их реализацией.
2. В договор комиссии обычно включаются следующие ключевые разделы: описание сторон (комитента и комиссионера), предмет договора, обязанности сторон, условия вознаграждения, срок действия договора и заключительные положения. Эти разделы помогают четко определить обязательства и условия сотрудничества между сторонами.
3. Особенности договора комиссии заключаются в том, что комиссионер действует от имени комитента, и сделки осуществляются за счет комитента, в то время как в договоре купли-продажи обе стороны выступают как независимые участники сделки. Кроме того, в комиссии комиссия выплачивается комиссионеру в качестве вознаграждения, тогда как в купли-продаже цена является основной выплатой за товар.</td><td>+</td><td>+</td><td>+</td><td>+</td></tr>
</table>

10	**Тема 3. Договор консигнации.** **Стороны договора: консигнатор и консигнант. Консигнация. Консигнационный склад. Особенности договора консигнации. Заключение договора консигнации (диалог). Отчет консигнатора.** **Проверка домашнего задания:** 1. Кто такие консигнатор и консигнант в рамках договора консигнации? 2. Какие особенности характеризуют договор консигнации? 3. Что включает в себя отчет консигнатора о продаже товаров? **Ключи (примерные ответы):** 1. Консигнатор — это сторона, которая реализует товары от имени консигнанта, не приобретая их в собственность, а консигнант — это собственник товаров, который предоставляет их консигнатору для последующей продажи. 2. Основные особенности договора консигнации включают отсутствие передачи права собственности на товары от консигнанта к консигнатору, фиксирование условий реализации и получение консигнатором вознаграждения в виде комиссии. Также важной особенностью является то, что товары могут быть возвращены консигнанту, если не были реализованы. 3. Отчет консигнатора обычно включает информацию о количестве реализованных товаров, доходе от продаж, процентовом размере комиссии, а также предложения по дальнейшему сотрудничеству и условиям поставок. Этот отчет помогает консигнанту оценить эффективность продаж и планировать дальнейшие шаги. **Задание: Составьте диалог о договоре консигнации**. **Ключ к заданию** (примерный диалог о заключении договора консигнации): Консигнатор: Здравствуйте, [Имя консигнанта]! Спасибо, что нашли время обсудить наш договор. Консигнант: Здравствуйте! Всегда рад обсудить дальнейшее сотрудничество. Какие изменения вы предлагаете? Консигнатор: В связи с увеличившимся спросом на некоторые товары, я предлагаю увеличить объем поставок. Это поможет нам быстрее реагировать на потребности рынка. Консигнант: Это звучит разумно. Как вы видите новые условия договора?	+	+	+	+

	Консигнатор: Я предлагаю внести изменения в срок хранения товаров на складе и увеличить процент комиссии за продажу до 12%. Это будет способствовать более активным продажам. Консигнант: Это интересное предложение. Давайте обсудим детали и посмотрим, как мы можем это реализовать.				
Раздел/ Тема Модуль 4. Логистика.					
11	**Тема 1. Транспортировка груза.** **Деятельность логистической компании. Выбор логистической компании на рабочем совещании. Виды транспортировки. Обсуждение цен и скидок на транспортные услуги.** **Проверка домашнего задания:** 1. Какие виды транспортировки чаще всего используются логистическими компаниями? 2. Какие критерии являются важными при выборе логистической компании? 3. Как можно добиться скидок на транспортные услуги? **Ключи (примерные ответы):** 1. Логистические компании чаще всего используют морской, воздушный и автомобильный транспорт. Морской транспорт подходит для крупных грузов и длительных маршрутов, воздушный — для быстрого перемещения небольших партий товаров, а автомобильный — для доставки на короткие расстояния и внутри страны. 2. При выборе логистической компании важны такие критерии, как надежность, скорость доставки, стоимость услуг, наличие страхования грузов, а также качество обслуживания клиентов. Компании также могут учитывать опыт и репутацию логистических партнеров. 3. Скидки на транспортные услуги можно получить за счет увеличения объема заказов, долгосрочного партнерства или в ходе переговоров о ценах. Некоторые компании также предлагают скидки для постоянных клиентов или в рамках специальных акций. **Задание. Подготовка доклада о потенциальной логистической компании-партнёре**. Темы: 1. «Виды транспорта и перевозки груза» 2. «Маркировка груза и для чего она используется. Международные грузоперевозки»	+	+	+	+

3. «Знаки опасности, маркировка опасных грузов»

Требования к структуре и содержанию доклада:

1. Доклад должен состоять из следующих частей:
• введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы);
• основная часть (основной материал по теме; может быть поделена на разделы, каждый из которых, доказательно раскрывая отдельную проблему или одну из ее сторон, логически является продолжением предыдущего раздела);
• заключение (подводятся итоги или дается обобщенный вывод по теме доклада, предлагаются рекомендации, указываются перспективы исследования проблемы);
• список литературы (при необходимости).
2. Доклад должен быть выполнен грамотно, коммуникативно значимые ошибки должны отсутствовать.
3. Объем работы должен составлять не более 5 страниц машинописного текста (компьютерный набор) на одной стороне листа формата А4.
4. Текст исследовательской работы печатается в редакторе Word, интервал – полуторный, шрифт Times New Roman, кегль – 14, ориентация – книжная.

Критерии оценки доклада:

Критерии	Показатели
Качество изложения	0 – доклад зачитывается, примеры отсутствуют; 1 – доклад рассказывается, четко выстроен, объяснена суть работы, но отсутствуют примеры; 2 – доклад рассказывается, четко выстроен, объяснена суть работы, представлены примеры
Глубина и качество раскрытия темы	0 – доклад не соответствует теме; 1 – доклад соответствует теме, которая верно трактуется и раскрывается автором с разных сторон
Регламент выступления	0 – не выдержан регламент 1 – выдержан регламент
Оформление	0 – представлен плохо оформленный демонстрационный материал;

	<table><tr><td>демонстрационного материала</td><td>1 – демонстрационный материал хорошо оформлен</td></tr><tr><td>Владение автором научным и специальным аппаратом</td><td>0 – автор не владеет базовым аппаратом (терминами); 1 – автор владеет базовым аппаратом (терминами)</td></tr><tr><td>Четкость выводов, обобщающих доклад</td><td>0 – нет выводов; 1 – выводы имеются, но они нечеткие или не аргументированы; 2 – выводы полностью отражают итоги работы, аргументированы</td></tr><tr><td>Ясность, лаконичность стиля изложения материала, речевое оформление</td><td>0 – стиль изложения сложный, обилие коммуникативно-значимых ошибок; 1 – стиль изложения простой, понятный, лаконичный в речи выступающего встречается до 2 коммуникативно-значимых ошибок</td></tr><tr><td>Качество ответов на вопросы</td><td>0 – не может ответить на вопросы; 1 – убедительно отвечает на большинство вопросов</td></tr></table> Максимальное количество баллов – 10				
12	**Тема 2. Таможня.** **Таможенные режимы. Выбор таможенного режима. Грузовая таможенная декларация (ГТД). Оформление таможенных документов. Деловая беседа с представителем логистической компании.** **Проверка домашнего задания:** 1. Каковы основные виды таможенных режимов и их назначение? 2. Какие документы необходимы для оформления Грузовой Таможенной Декларации? 3. Как правильно провести деловую беседу с представителем логистической компании по вопросам таможенного оформления? **Ключи (примерные ответы):** 1. Основные виды таможенных режимов включают импорт, экспорт, транзит, временный ввоз и переработку на таможенной территории. Импорт предназначен для ввоза товаров на территорию страны с целью продажи или использования. Экспорт используется для вывоза товаров за пределы страны. Транзит позволяет перевозить товары через территорию страны без уплаты таможенных пошлин, а временный ввоз позволяет	+	+	+	+

	вводить товары для временного использования без уплаты пошлин. 2. Для оформления Грузовой Таможенной Декларации необходимы следующие документы: invoice (счет-фактура), packing list (упаковочный лист), договор на поставку, транспортные документы (например, коносамент, авианакладная), а также сертификат происхождения товара, если это требуется. Иногда могут потребоваться дополнительные разрешения и лицензии в зависимости от типа товара. 3. При проведении деловой беседы с представителем логистической компании следует начать с представления себя и своей компании. Затем необходимо четко обозначить цель встречи, обсуждая детали груза, сроки доставки, таможенные режимы и возможные трудности, такие как пошлины или квоты. Во время беседы важно задавать уточняющие вопросы, чтобы понять всю важную информацию и сделать правильный выбор логистического партнера. Не забывайте также обсудить стоимость услуг и скидки при больших объемах заказов.				

3. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Промежуточная аттестация осуществляется в форме (формах) зачета (с оценкой).

Способ проведения промежуточной аттестации – устное и письменное задание.
Перечень видов оценочных средств, используемых для промежуточной аттестации по дисциплине: вопросы к зачету.

3.1. Вопросы к зачету/экзамену

№ п/п	Вопросы к зачету	Шифр индикатора достижения компетенции (ИДК)			
		УК-2.1.	УК-3.1.	УК-4.2.	ОПК-1.1.
1.	Расскажите о рынке, на который планирует выйти ваша компания (монологическое высказывание).	+	+	+	+
2.	Расскажите о компании партнера (монологическое высказывание).	+	+	+	+
3.	Составьте диалог с представителем консалтинговой компании (работа в парах).	+	+	+	+
4.	Проведите коммерческие переговоры с деловым партнёром (работа в	+	+	+	+

	парах).				
5.	Подпишите договор консигнации с деловым партнером (работа в парах).	+	+	+	+

3.2. Задания к зачету/экзамену

№ п/п	Задания к зачету	Шифр индикатора достижения компетенции (ИДК)			
		УК-2.1.	УК-3.1.	УК-4.2.	ОПК-1.1.
1	**Чтение** Ситуация. Ваша компания планирует выйти на один из региональных рынков России. Вы читаете аналитическую статью из Интернета. О чём вы узнали? **Выбор партнёров на мировом рынке** Выбор контрагента (торгового партнёра) в большой степени зависит от характера внешнеторговой сделки (экспортная, импортная, компенсационная и т.д.), а также от предмета сделки. При этом возникают два вопроса: в какой стране и у какого иностранного контрагента лучше купить (продать) необходимый товар? Выбирая страну, экспортёры и импортёры должны принять во внимание целый комплекс факторов как экономического, так и торгово-политического характера. Прежде всего, необходимо принять во внимание возможное наличие торговых ограничений. Это может относиться к рынку как экспортёра, так и импортёра. Различного рода запреты на экспорт или импорт (как временные, так и долгосрочные) создают непреодолимые препятствия для выхода на определённые рынки. Весьма важным фактором выбора рынка являются различные нетарифные ограничения, применяющиеся на зарубежных рынках. Хотя такого рода ограничения не имеют запретительного характера, они могут серьёзно затруднить выход на рынок и потребовать дополнительных затрат времени и средств. К таким мерам можно	+	+	+	+

	отнести лицензирование каждой операции, квотирование ввоза продукции. При выборе рынка следует учитывать объёмы внешней торговли стран по выбранному товару. Так, высокий объём импорта свидетельствует о существенной потребности рынка в продукции и является благоприятным фактором для потенциальных экспортёров. Большой объём как экспорта, так и импорта продукции говорит о вовлечённости страны в международную торговлю, возможно, о наличии кооперационных связей, что также является положительным моментом. Наличие валютных и платёжных ограничений, напротив, снижает привлекательность рынка. Второй круг изучаемой по рынкам информации касается социально-экономической и политической ситуации в выбранных рынках сбыта. Стабильная политическая ситуация будет дополнительным положительным моментом при прочих равных условиях при сравнении двух конкретных рынков. Важнейшим из экономических параметров при выборе рынка является оценка ёмкости рынка по выбранному товару. Чем более ёмкий рынок, тем он более привлекателен для потенциальных экспортёров. К экономическим характеристикам рынка относятся также данные о размерах налогов в торговле, акцизов и других сборов платежей. Третий круг информации, необходимой для выбора рынка, - это информация об уровне конкуренции на рынке, уровне цен на аналогичную продукцию и затратах на продвижение товара. В этом случае следует учитывать возможные расходы на сертификацию продукции и технические модификации в соответствии с зарубежным стандартом и специфику восприятия того или иного продукта, сложившуюся на конкретном рынке. Высокая степень конкуренции, большие усилия по внедрению товара на рынок снижают привлекательность конкретного рынка. При выборе фирмы на первое место выходит работа по				

	изучению различных аспектов деятельности потенциальных партнёров. Такими аспектами могут быть: а) технологический – изучение технического уровня продукции фирмы, её технологической базы и производственных возможностей; б) научно-технический – сведения об организации научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ и о затратах на них; в) организационный – изучение организации управления фирмой; г) экономический – оценка финансового положения и возможностей фирмы; д) правовой – изучение норм и правил, действующих в стране потенциального партнёра и имеющих прямое или косвенное отношение к сотрудничеству. Суммируя практический опыт и общепринятые методики оценки потенциальных партнёров, их надёжности и выгодности, можно выделить ряд принципов, которые позволяют эффективно вести работу по выбору контрагента. Первый принцип – необходимо оценить степень солидности потенциального партнёра. Под ней подразумеваются количественные показатели деятельности, масштаб операций, степень платёже- и кредитоспособности, а также степень доверия, которую ей оказывают банки. Наиболее важным компонентом солидности фирмы является степень её платёже- и кредитоспособности. Это важно знать, прежде всего, экспортёрам, поскольку иностранный покупатель будет для них выступать в роли плательщика, однако покупателям товаров также весьма полезно быть информированными о финансовом положении их зарубежных поставщиков. В целом уровень кредитоспособности фирм определяется следующими данными: - точностью исполнения платежей и сроками оплаты счетов; - составом банков и других финансовых учреждений, которые ведут дела с компанией;				

- общим объёмом финансовых средств компании;
- отсутствием юридических проблем или неоплаченных долгов.

Для оценки солидности фирмы можно привлечь и ряд других показателей, таких, как число занятых на ней сотрудников, число предприятий и размеры производственных площадей, сфера деятельности фирмы и номенклатура выпускаемой продукции, доля интересующей нас продукции в объёме производства фирмы и отрасли.

Вторым важным принципом в выборе фирмы является её непосредственная деловая репутация, деловое реноме. Репутация фирмы определяется тщательностью и добросовестностью выполнения обязательств, наличием опыта в определённой сфере бизнеса, стремлением учитывать предложения и пожелания контрагента и решать все возникающие сложные ситуации путём переговоров.

Определите, какие из утверждений соответствуют содержанию стат их буквой «а»), а какие не соответствуют (обозначьте их буквой «б»).

1. Целый ряд факторов как экономического, так и торгово-политичес должен быть учтён при выборе контрагента.
2. Разного рода запреты на экспорт или импорт относятся к торговым огр это мешает выйти на тот или иной рынок.
3. Квотирование ввоза продукции и лицензирование каждой операц нетарифным ограничениям. Обычно они не требуют дополнительных за средств.
4. Высокий объём импорта свидетельствует о существенной потреб продукции и является неблагоприятным фактором для потенциальных эк
5. Чем выше степень конкуренции, чем больше усилий по внедрению то тем привлекательней конкретный рынок.
6. К важным аспектам по изучению потенциального партнёра относя аспекты – технологический, научно-технический, организационный, эк правовой.
7. Уровень кредитоспособности той или иной фирмы определяетс

	отсутствием неоплаченных долгов. **8.** Два важных принципа, позволяющих эффективно вести работу по выбо – это деловая репутация фирмы и степень солидарности потенциального числе платёже- и кредитоспособности. **Ключ к заданию:** **1. А** **2. А** **3. Б** **4. Б** **5. Б** **6. А** **7. Б** **8. А**				
2	**Письмо** ***Ситуация.*** Вы работаете в консалтинговой компании и для расширения клиентской базы решили направить в крупные коммерческие фирмы письма-оферту. *Напишите такое письмо, в котором:* 1) обратитесь к адресату; 2) дайте общую характеристику деятельности вашей компании; 3) расскажите о конкурентных преимуществах вашей компании (опыт работы на рынке, клиентская база, достижения и т.п.); 4) назовите задачи, которые помогает решать ваша фирма (анализ рынков сбыта, поиск партнёров и т.п.); 5) перечислите, какие исследования проводят ваши эксперты (исследования потребительских предпочтений, конкурентной среды и т.п.); 6) сообщите о сроках и стоимости исследования; 7) выразите надежду на сотрудничество; 8) закончите письмо соответствующей формулой речевого этикета.	+	+	+	+

Ключ к заданию (примерный ответ студента)**:**

От: Менеджер по продажам, ОАО "[название]"
Кому: [Имя клиента]
Тема: О предложении по очищающему фильтру для воды

Уважаемый(ая) [Имя клиента],

Наша фирма уже 15 лет занимается производством и установкой оч
фильтров для воды не только в России, но и в ближнем зарубежье. Мы и
новейшие технологии и лучшее качество материалов для изготовления
Последние 5 лет мы производим в 2 раза больше продукции, что свидете
востребованности нашего товара, а также доверии клиентов. К
потребителей увеличивается с каждым годом в 2 раза. Мы заботимся
каждого!

Преимущества нашего фильтра:

1) Высокая степень очистки - удаление до 99% загрязняющих вещест
2) Удобный и компактный дизайн, который легко впишется в любой
3) Доступная цена и гибкие условия покупки.

Задачи, которые мы решаем:

1) Анализ рынка сбыта фильтров
2) Поиск новых партнеров
3) Поиск решений для улучшения товара
4) Отбор и внедрение новых технологий в производство

Мы проводим исследования:

1) Потребительских предпочтений
2) Конкурентной среды
3) Новых рынков сбыта
4) Рекламных агенств
5) Научных достижений

	Сроки и стоимость исследования: ……. Мы знаем, что ваша компания имеет большой авторитет на международн и мы, безусловно, очень заинтересованы в сотрудничестве с вами. Для получения дополнительной информации, пожалуйста, свяжитесь с телефону +7 (123) 456-78-90 или по электронной почте mailto:sales@ecote С уважением, [Ваше имя] Менеджер по продажам ОАО "……."				
3	**Аудирование** **Ситуация.** *Вы присутствуете на встрече деловых партнёров и слушаете их разговор.* Прослушайте диалог и выполните задания к нему. **1.** Партнёры встретились для того, чтобы _____ . **а)** сравнить предложения разных фирм **б)** обсудить качество оборудования **в)** договориться о купле-продаже оборудования **г)** подписать контракт о купле-продаже оборудования **2.** По сравнению с аналогичными моделями на рынке данное оборудование стоит _____. **а)** дешевле на 200 евро **б)** дороже на 200 евро **в)** столько же **г)** дороже на 3000 евро **3.** Гарантийное обслуживание оборудования заключается в том, что	+	+	+	+

	_____. **а)** ремонтируются только некоторые детали **б)** в случае поломки оборудование забирают в течение 2 дней **в)** под гарантию подпадают все детали оборудования **г)** оборудование заменяется на новое в течение часа **4.** Предлагаемая Продавцом гарантия позволит _____. **а)** сократить расходы покупателя **б)** снизить цену на оборудование на 15 % **в)** продлить срок эксплуатации оборудования **г)** повысить надёжность оборудования **5.** Покупатель намерен _____. **а)** заплатить запрашиваемую цену **б)** добиться понижения цены **в)** не соглашаться с альтернативными предложениями **г)** отказаться от покупки **6.** Продавец предлагает _____. **а)** снизить цену при немедленной оплате заказа **б)** оставить первоначальную цену **в)** скидку в 15 % **г)** перейти к оформлению покупки **7.** Обстановка, в которой проходила встреча деловых партнёров была _____. **а)** дружественной и тёплой **б)** острой и напряжённой **в)** конструктивной и деловой **г)** спокойной и расслабляющей				

	Ключ к заданию: **1. Б** **2. А** **3. В** **4. В** **5. Б** **6. А** **7. А**				