

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ»**

Алтайский филиал

УТВЕРЖДЕНО
с изменениями
решением Ученого Совета Алтайского
филиала РАНХиГС
протокол от 26 августа 2021 года №10/1

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Современная урбанистика
(наименование образовательной программы)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Б1.О.02 Профессиональные коммуникации на иностранном языке
(немецкий)**

магистратура
(уровень образования)

07.04.04 Градостроительство
(код, наименование направления подготовки/специальности)

очно-заочная
(форма (формы) обучения)

Год набора – 2021

Барнаул, 2021 г.

Автор(ы)–составитель(и):

Доцент кафедры гуманитарных и естественно-научных дисциплин, кандидат филологических наук, доцент Пыриков Алексей Владимирович

Заведующий кафедрой государственного и муниципального управления, кандидат социологических наук, доцент Гончарова Наталья Петровна

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО	5
3. Содержание и структура дисциплины.....	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине	6
5. Методические материалы по освоению дисциплины.....	24
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	28
6.1. Основная литература	28
6.2. Дополнительная литература	28
6.3. Нормативные правовые акты и иные официальные документы	28
6.4. Интернет-ресурсы.....	28
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	29

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.О.02 «Профессиональные коммуникации на иностранном языке» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке при решении задач в рамках профессиональной деятельности
ОПК-3	Способен осуществлять все этапы комплексного анализа и обобщать его результаты с использованием методов научных исследований	ОПК-3.1	Способен подбирать, переводить, анализировать и систематизировать информацию из иностранных источников

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ / трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
Проведение исследований и изысканий, необходимых для разработки конкретного вида градостроительной документации	УК-4.1	на уровне знаний: государственный(е) и иностранный(е) язык(и); грамматику, профессиональную технологию язык деловых документов и научных исследований правила устной научной речи
		на уровне умений: пользуется приемами просмотрового и аналитического чтения, понимает смысл текста, адекватно переводит информацию; оценивает, выделяет важные и отсекает малозначимые данные
		на уровне навыков: понимает смысл текста
Проведение исследований и изысканий, необходимых для разработки конкретного вида градостроительной	ОПК-3.1	на уровне знаний: средства и методы работы с библиографическими и иконографическими источниками
		на уровне умений: собирать и систематизировать обобщенный международный опыт архитектурно-градостроительных решений

документации	на уровне навыков: подбирать необходимые материалы из произведений художественной культуры мира
--------------	---

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Общий объем дисциплины Б1.О.02 «Профессиональные коммуникации на иностранном языке» составляет 3 зачетных единицы – 108 академических часов (81 астрономических часов), из них контактная работа – 48 академических часов (36 астрономических часов), включая занятия семинарского типа – 48 академических часов (36 астрономических часов). Форма промежуточной аттестации – зачет.

Дисциплина «Профессиональные коммуникации на иностранном языке» относится к дисциплинам обязательной части Блока 1 Дисциплины (модули) учебного плана по направлению подготовки 07.04.04 Градостроительство. Изучается на 1 курсе в 1 семестре.

3. Содержание и структура дисциплины

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.				СР	Форма текущего контроля успеваемости* , промежуточной аттестации*
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				
			Л/ ДОТ	ЛР/ ДОТ	ПЗ/ ДОТ		
Тема 1	Этика делового общения (деловая переписка, разговор по телефону)	17		8		9	К, ДВ
Тема 2	Городское планирование и инновации	16		8		8	О, К
Тема 3	Развитие местного потенциала	17		8		9	К
Тема 4	Маркетинг города	16		8		8	Э
Тема 5	Академическое письмо	16		8		8	К
Тема 6	Презентация	17		8		9	К, ДП
Промежуточная аттестация						9	Зачет
Всего:		108		48	9	51	

Примечание:

* – формы заданий текущего контроля успеваемости (контрольные работы (К), опрос (О), и виды учебных заданий (эссе (Эс), диспут (Д), диалогическое высказывание (ДВ), доклад-презентация (ДП), с применением которых ведется мониторинг успешности освоения образовательной программы обучающимися

Содержание дисциплины

Тема 1. Этика делового общения (деловая переписка, разговор по телефону)

Структура делового письма. Составление рекомендательного письма, письма-запроса, сопроводительного письма, рекомендательного письма, информационного письма. Частотная лексика, аббревиатуры в e-mail. Грамматические особенности корреспонденции. Частотные клише делового общения. Особенности восприятия информации по телефону.

Тема 2 Городское планирование и инновации

Планирование устойчивого здорового города. Медицинские и образовательные учреждения. Транспорт. Жилье. Организация общественных мест. Экология и безопасность. Цифровые технологии в городской инфраструктуре. Smart city: цифровая трансформация городской среды. Общественный транспорт, управление ЖКХ, электронные очереди.

Тема 3 Развитие местного потенциала

Историческое и культурное наследие города. Экономический и туристический потенциал. Социальное развитие.

Тема 4 Маркетинг города

Конкурентоспособность города и факторы, влияющие на нее. Информация и индикаторы состояния городов.

Стратегия и тактика маркетинга города: маркетинг имиджа, маркетинг привлекательности, маркетинг населения. Маркетинг инфраструктуры.

Брендинг города.

Тема 5 Академическое письмо

Виды академического письма: научная статья, научный доклад, реферат, аннотация, рецензия. Специфика научного стиля. Академический текст и научно-популярный текст.

Тема 6 Презентация

Структура презентаций. Основные подразделы. Тематические клише. Методические требования к подбору текстового и иллюстрационного материала.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

В ходе реализации дисциплины Б1.О.02 «Профессиональные коммуникации на иностранном языке» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости
Этика делового общения (деловая переписка, разговор по телефону)	Диалогические высказывания, контрольная работа
Городское планирование и инновации	Опрос, контрольная работа
Развитие местного потенциала	Контрольная работа
Маркетинг города	Написание эссе
Академическое письмо	Контрольная работа
Презентация	Доклады-презентации, контрольная работа

Зачет проводится в форме защиты контрольной работы.

Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Типовые оценочные материалы по теме 1 Контрольная работа

I. Составьте собственную биографию (Tabellarischer Lebenslauf) по следующему плану:

- Persönliche Daten
- Schulausbildung
- Berufsausbildung/Studium
- Berufliche Tätigkeit
- Besondere Kenntnisse
- Hobbys

II. Составьте из перемешанных отрывков заявление о приеме на работу и переведите его.

Учтите, что любое деловое письмо строится по следующему принципу:

1. Briefkopf
2. Anschrift des Empfängers
3. Datum
4. Betreff
5. Anrede (durch ein Komma von dem Haupttext getrennt)
6. Briefftext
7. Schlussformel
8. Unterschrift
9. Anlagevermerk

1. Bewerbung als Abteilungsleiter

2. Karl Exmer

3. Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit. Für eventuelle Rückfragen stehe ich Ihnen jederzeit zur Verfügung. Mit freundlichen Grüßen

4. Karl Exmer

Tübinger Str.7

73732 Esslingen

5. aufgrund Ihrer Anzeige im "Sonntag" vom 12. November bewerbe ich mich um die Stellung als Abteilungsleiter. Wie mein Lebenslauf zeigt, habe ich die notwendige Ausbildung und Berufserfahrung. Mein jetziger Arbeitgeber ist über meine Bewerbung informiert. Ich strebe deshalb einen Wechsel an, weil ich in meinem gegenwärtigen Arbeitsbereich keine Aufstiegsmöglichkeiten habe.

6. Lebenslauf, Zeugnisse, Referenzen

7. Sehr geehrte Damen und Herren,

8. Firma Rasant, GmbH

Esslinger Str.62

72622 Stuttgart

9. 15. November 20.. .

III. Переведите следующее приглашение и напишите на него ответ на немецком языке:

Sehr geehrter Herr Professor Dr. Gorin,

hiermit informieren wir Sie, dass in Düsseldorf vom 12.12.20.. bis 16.12.20. die Internationale Ausstellung "Informationssysteme" stattfinden wird.

Wir würden sehr froh sein, Sie an unserem Stand in der Halle 5 begrüßen zu können. Wenn der Termin Ihnen passt, werden wir Sie am Mittwoch gegen 15 Uhr erwarten. Bei dieser Gelegenheit würden wir gern unsere weitere Zusammenarbeit besprechen.

Wir sind sehr an Ihrem Besuch interessiert. Bitte informieren sie uns über Ihre Entscheidung.

Mit freundlichen Grüßen
Otto Braun
Geschäftsführer

IV. Переведите диалог на немецкий язык:

A: ADH Graphics. Чем могу помочь?

B: Здравствуйте, могу я поговорить с Марком Хортоном?

A: Одну минуту...К сожалению, его линия сейчас занята. Вы можете подождать или попросить его перезвонить Вам позже?

B: Попросите его перезвонить Марку Спенсеру из «Джек Трэвел». Это по поводу его заказа.

A: Да, конечно. У него есть Ваш номер телефона?

B: Я думаю, да. Но на всякий случай запишите, пожалуйста: 222-000-222-000

A: Хорошо, давайте проверим: 222-000-222-000, Марк Спенсер из «Джек Трэвел».

B: Все правильно.

A: Я передам ему, как только он освободится.

B: Спасибо, до свиданья.

V. Определите тип делового письма. Выберите правильный вариант.

a) Das Angebot b) Die Anfrage c) Die Bestellung d) die Reklamation

Bankhaus Friederich Bauer Bankhaus F. Bauer AG., Postfach 294, 6100 Darmstadt			
Gerb.			Winkelmann
Werbemittel			
Rothschildallee			104
600 Frankfurt 1			
Ihre	Unsere	(0 6165)	Darmsta
Zeichen, Ihre	Zeichen, unsere	1425-1	dt 15.10.05
Nachricht vom	Nachricht vom	Durchwahl	
04.10.04	01.10.04	1425124	
Bestellung			
Sehr geehrte Damen und Herren,			
wir danken Ihnen für Ihr Angebot. Entsprechend Ihrer			
Mustersendung bestellen wir:			
200 Brieftaschen, Nr. 5714, schwarz, mit Prägedruck auf der			
linken Innenseite:			
Bankhaus	Friedrich	Bauer	AG,
Preis __, __ EU je Stück,			
200 Geldbörsen, Nr 3272, schwarz, mit Prägedruck wie oben			
auf	der	linken	Innenseite,

Preis __, __ EU je Stück.

Liefern Sie bitte binnen vier Wochen frei Haus. Bei Bezahlung innerhalb zweier Wochen nach Wareneingang ziehen wir 2% Skonto vom Warenwert ab.

Mit freundlichen Grüßen
Bankhaus Friedrich Bauer AG
ppa. (Unterschrift)
Inge Weber

Диалогическое высказывание на тему

1. Der Small Talk: Die Do`s und Don`ts
2. Telefongespräch

Типовые оценочные материалы по теме 2

Вопросы для опроса:

1. Ist Smarte Welt bessere Welt?
2. Passen Technik und Umweltschutz zusammen?
3. Haben die Leute mehr Barrierefreiheit durch Smart Home?
4. Was meinen Sie über eine Kryptowährung, deren Technologie bei der Entwicklung von Smart Cities eingesetzt werden soll, um so der voranschreitenden Urbanisierung gerecht zu werden. Dient das der Verbesserung der Lebensqualität in Städten?

Контрольная работа

Прочитайте и переведите текст на русский язык. Определите основную идею текста. Расположите заглавия в соответствии с содержанием текста.

Smart City: Städte werden digitaler

Digitale Stadtverwaltungen, vollautomatisierter Verkehr, energieeffiziente Gebäude: Die Stadt von morgen wird intelligent sein. Das Projekt Klimastraße zeigt im Kleinen, was es bedeutet, eine Stadt digital aufzurüsten.

Smart City ist zu einem wichtigen Schlagwort der Stadtentwicklung geworden. Auch in Deutschland sind überall Projekte entstanden. Auf der Klimastraße in Köln testet die Stadt auf einer Strecke von vier Kilometern in Kooperation mit dem Unternehmen RheinEnergie neue Technologien für eine vernetzte Stadt. "Wir nennen das hier das Living Lab. Da darf man auch mal scheitern", sagt Projektleiter Christian Remaclay. Es geht unter anderem um einen effizienten Verkehr und klimafreundliche Technologien.

Viele Städte bündeln ihre Smart-City-Ideen unter einem Dach, so auch in Dortmund, einer Großstadt in Nordrhein-Westfalen. "Für uns ist eine Smart City eine intelligente, vernetzte Stadt, die die Lebensqualität verbessert", sagt Sebastian Winkler von der Allianz Smart City Dortmund. Die Stadt investiert viel in die Umrüstung auf E-Mobilität.

Wann aber eine Stadt wirklich smart ist, ist nicht klar definiert. "Eine Stadt ist dann eine Smart City, wenn sie sich so nennt. Ich würde immer eher von digitaler Transformation der Städte sprechen. Smart City ist ein Label, das sich sehr stark an den Kriterien von europäischen und internationalen Smart City Rankings orientiert, die laufend von Unternehmensberatungen wie Roland Berger oder McKinsey durchgeführt werden", sagt die Geografie-Professorin Sybille Bauriedl.

1. ...

In Asien und im arabischen Raum sind in den vergangenen Jahren ganze synthetische Städte entstanden. Wo vorher Land brach lag, existieren jetzt hochmoderne Metropolen. Ein Beispiel dafür ist die südkoreanische Stadt Songdo. Innerhalb weniger Jahre ist nahe der

südkoreanischen Hauptstadt eine voll vernetzte Stadt entstanden. Müll wird über Sensoren richtig getrennt, Einwohner können die Stadtverwaltung bequem von zu Hause aus über den Fernseher kontaktieren. Aber es ist ein Modell, das für Europa nicht taugt, sagt Bauriedl.

"Songdo war eine Top-Down Entscheidung. Es wurde initiiert von der südkoreanischen Regierung und der IT-Firma Cisco, die dort ihre neuesten Produkte testen will. Unsere Städte in Europa sind über Jahrhunderte gewachsen. Da kommen die digitalen Technologien dazu und ergänzen bestehende Infrastrukturen."

Die Klimastraße in Köln zeigt, was das für ein langwieriger Prozess sein kann. Projektleiter Remaclay steht mit einem Tablett in der Hand inmitten der geschäftigen Neusser Straße in Köln-Ehrenfeld. Noch ist kaum sichtbar, was sich hier entwickelt: Eine unauffällige Kamera misst die Ampelschaltungen, eine andere Kamera vermerkt die Parkplatzsituation.

Ziel ist es, Daten zu generieren und diese zu vernetzen. Ein Monitor soll irgendwann einmal anzeigen, wo in der Stadt freie Parkplätze sind und die Autofahrer direkt dorthin lotsen. Die Daten der Ampel sollen irgendwann einmal an den Fahrer eines Lieferdienstes übermittelt werden, damit er seine Geschwindigkeit so anpassen kann, dass er auf einer grünen Welle durch den Stadtverkehr fährt. Das aber liegt noch in weiter Ferne. Erst einmal wird getestet. "Man kann das beste vernetzte System von A bis Z durchdenken", erklärt Remaclay. "Wenn in der Praxis was nicht funktioniert, ist das ganze Vorhaben dahin."

2. ...

Nicht nur in Köln wird an einer vernetzten Stadt gearbeitet. "Bis vor ein paar Jahren war es eher eine akademische Debatte. Inzwischen ist es aber auch in den Rathäusern angekommen. Das hat auch damit zu tun, dass große Dienstleister auf dem Markt unterwegs sind und ihren Service in Städten anbieten", sagt Jens Libbe vom Deutschen Institut für Urbanistik.

Damit kommen immer mehr Produkte auf den Markt, die digitale Städte befördern. Aber die Entwicklung birgt auch ein Risiko: die Datensicherheit der Bürger. Auch die Kamera auf der Klimastraße in Köln erfasst Daten: Welcher Parkplatz ist wann und von wem belegt. Allerdings löscht die Kamera die Aufzeichnungen sofort wieder und übermittelt lediglich einen Code an die Zentrale. Dort sieht man nur, ob ein Parkplatz belegt ist, nicht welches Auto mit welchem Kennzeichen darauf steht. "Mit Big Brother hat das nichts zu tun", beteuert Remaclay.

Heikler wird es, wenn Städte mit großen IT-Unternehmen kooperieren. In Dortmund wird an einem Smart Home für ältere Menschen gearbeitet. Die gesammelten Informationen sollen anzeigen, ob ein Mensch gestürzt ist oder ob er den Herd angelassen hat. Sensible Daten. Kooperiert wird mit Microsoft. "Wir nehmen das Thema Datenschutz sehr ernst. Die Daten werden in einem Home Collector gesammelt und gehen nur raus, wenn das die betroffene Person oder ein Angehöriger erlaubt", sagt Projektleiterin Bettina Horster von der Vivai-Software AG.

Sybille Bauriedl sieht das kritischer: "Jede Stadtregierung muss sich die Frage stellen: Wollen wir mit diesen Konzernen langfristige Verträge für die Organisation der Stadtverwaltung und das Management der öffentlichen Versorgung abschließen? Das verschafft IT-Konzernen eine Monopolstellung, aus der eine Stadt nicht so schnell wieder raus kommt."

Die spanische Metropole Barcelona beispielsweise strebe an, ihre Systeme auf Open Source umzustellen, um so unabhängig von großen IT-Akteuren zu werden. Komplette auf eigene Hard- und Software zu setzen, hält Bettina Horster aus Duisburg aber für "nicht machbar". Und auch Jens Libbe meint: "Die Technologie einzukaufen, ist nicht von Grund auf schlecht. Die Frage ist, was dann damit passiert, wer die Hoheit behält. Das können die Städte mit Hilfe von Verträgen gestalten."

3. ...

Auf der Klimastraße in Köln zeigt sich ein weiterer Aspekt, der sich durch alle Smart Cities zieht: Umweltschutz. Zahlreiche Smart-City-Initiativen beinhalten Projekte, die für eine saubere Stadt sorgen sollen. Auf der Klimastraße lädt nur ein paar Hundert Meter von der Parkplatz-Kamera entfernt ein Elektroauto Strom. Eingebettet zwischen Verkehr und Geschäften fällt die Ladestation kaum auf. Aber sie wird genutzt. Energieeffizienz und digitale

Stadtentwicklung gehören zusammen. "Ein Verkehr, der reguliert ist und weniger Stau produziert, reduziert auch Schadstoffe in der Luft", sagt Remacly.

Allerdings sei nicht jede Klima-Maßnahme auch sinnvoll, mein Bauriedl. Wenn beispielsweise der Verkehr besser geregelt werde, mache das noch nicht die Luft sauber. "Es ist immer noch ein Zugeständnis an den Autofahrer. Das Umdenken müsste ja aber eigentlich sein, dass der Bürger es nicht als Bestrafung empfindet, mit der Straßenbahn zu fahren."

4. ...

Eine intelligente Stadt kann für ihre Bürger ein Versprechen sein: Mehr Komfort, bessere Umwelt, eine digitale Vernetzung. Ob das am Ende wirklich ankommt, hängt auch von den Bürgern einer Stadt ab. Auch das zeigt die Klimastraße in Köln. Um LED-Beleuchtungen zu testen, hat man allen Geschäften der Straße angeboten, die Beleuchtung günstig auf LED umzurüsten. Nur 21 Inhaber von Geschäften haben das Angebot angenommen, so Remacly.

Das ist in einer Planstadt wie Songdo in Südkorea anders. Dort werden die technologischen Anwendungen genutzt. Allerdings wird die Stadt als elitär kritisiert, sie sei für die reiche Mittelschicht erbaut worden. Wer es sich leisten kann, zieht in die smarte Stadt. Damit das nicht in Europa passiert, gibt es Bürgerbeteiligungen und Projektförderungen.

Bei der Initiative der Stadt Köln kann jeder ein Projekt einreichen, das zu einer smarten Stadt beiträgt. "Die Digitalisierung schreitet voran. Es gibt einen Bedarf der Bevölkerung, diese digitalen Möglichkeiten auch zu nutzen", sagt Urbanistikexperte Jens Libbe. "Es fängt an interessant zu werden, wenn die Technologie die Lebensqualität der Bürger verbessern kann."

Используя приемы смысловой и языковой компрессии текста, передайте его содержание на немецком языке.

Типовые оценочные материалы по теме 3

Контрольная работа:

Lesen Sie die Geschichten von zwei Unternehmen, die Pleite gingen. Merken Sie sich die wichtigsten Ursachen des Misserfolgs. Beachten Sie die wichtigsten Fragen bei einer Firmengründung.

Gegenstand des Unternehmens: Welche Rechtsform hat das Unternehmen? Welche Produkte oder Dienstleistungen sollen angeboten werden?

Gründerpersonen: Welche persönlichen und fachlichen Qualifikationen haben die Gründer? Welche Stärken haben sie, und welche Schwächen?

Produktpolitik: Wodurch zeichnet sich die Qualität des Produkts aus? Wie stark lässt sich das Produkt standardisieren? Wann muss mit der Entwicklung eines neuen oder variierten Produkts begonnen werden?

Preispolitik: Welchen Nutzen hat der Kunde von dem Produkt? Wie hoch ist der kalkulierte Produktpreis? Was muss das Produkt kosten? Wie hoch ist der Deckungsbeitrag pro Produkt? Welchen Preis verlangt die Konkurrenz für das gleiche Produkt? Welche Preisnachlässe werden den Kunden gewährt?

Kommunikationspolitik: Welche Zielgruppen erfahren über welche Medien von der Firma und dem Produkt? Ist die Zielgruppe mit Hilfe einer Marktanalyse definiert worden? Welche Messen werden besucht? Wie werden die Verkaufsunterlagen gestaltet? Wie hoch ist das Werbebudget für die nächsten drei Jahre?

Distributionspolitik: Über welche Kanäle wird das Produkt verkauft? Welche Kosten entstehen durch die jeweiligen Vertriebsmethoden?

Kostenplanung: Welche Gründungsinvestitionen (z.B. für Räume, Lager, Maschinen, Beratung) sind für den Start erforderlich? Wie hoch sind die fixen Kosten, z.B. für Büromiete, Personal, Fremdkapitalzinsen? Wie hoch sind die variablen Kosten, z.B. für Betriebsstoffe, Provisionen?

Umsatzplanung: Wie hoch sind die Umsatzerwartungen netto (ohne Mehrwertsteuer)?

Rentabilitätsplanung: Sind die Einnahmen höher als die Ausgaben? Wann wird die Firma Gewinne erwirtschaften? Sind die Gewinne mindestens so hoch, dass die Gründer davon ihre Lebensunterhaltungskosten bestreiten können?

Liquiditätsplanung: Ist die Firma zu jedem Zeitpunkt in der Lage, Verbindlichkeiten im gesetzten Zeitrahmen zu bezahlen?

Alexander Gäfe (34) hatte überhaupt keinen Geschäftsplan, als er 1999 mit seiner Firma Multiversum den Versuch startete, das interaktive Fernsehen praxistauglich zu machen. Dabei sah es so aus, als ob Gäfe sogar die Großen der Unterhaltungselektronik blamieren könnte. Gäfe hatte mit 16 Spezialisten ein funktionierendes TV-Shopping-System entwickelt. Auf Knopfdruck lieferte seine TV-Box z.B. Informationen zu der Kleidung, die ein bekannter Schauspieler in dem Film trug. Doch Gäfe übersah, dass der ausschließliche Blick auf die Technik leicht ins Verderben führt. Die teuren Entwicklungsarbeiten fraßen die Substanz der Firma auf. Zudem hatte sich Gäfe kaum um die Vermarktung seines Konzepts bemüht. Heute ist ihm klar, was falsch lief: «Ich habe mich zu wenig um die strategische Ausrichtung der Firma gekümmert». So mancher Gründer betrachtet sein Unternehmen einseitig aus der Sicht der Produktidee. Das ist die falsche Perspektive. Entscheidend für den Erfolg ist ein umfassender Marketingplan, der grundlegende Fragen klärt.

Beantworten Sie folgende Fragen:

1. Worin bestand die Geschäftsidee von Gäfe?
2. Worauf legte er Wert?
3. Worum hat er sich nicht bemüht?
4. Welche grundlegenden Fragen klärt der Marketingplan?

Peter Müller bekam 50.000 Euro von einem Treuhänder-Mitarbeiter und den Auftrag, eine Datenbank für die Liegenschaften (недвижимость) der Treuhänder (управление чужим имуществом по поручению доверителя) zu erstellen. Flugs gründete Müller eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts* mit fünf Leuten und bekam rasch Folgeaufträge. Die Sache kam ins Rollen. Bald meldete sich die Deutsche Telekom und bestellte ein System zur Abwicklung von Videokonferenzen. Da hatte Müller schon 16 Angestellte und machte hohen Umsatz. Sein Kunde war aber nicht die Telekom selbst, sondern eine dritte Firma, die ihn mit der Programmierung der Projekte beauftragte. «Wir waren ein typisches Subunternehmen», sagt Müller, «drei Ingenieure, die von Marketing keine Ahnung hatten und auch nichts damit zu haben wollten.» Müllers wichtigstes Unterscheidungsmerkmal zur Konkurrenz: Seine Firma arbeitete schnell und billig. «Wir haben Tag und Nacht geschuftet und uns damit selbst die Preise versaut», sagt er heute. Ein Kardinalfehler vieler Gründer, die ihre Leistungen und Preise nicht vollständig kalkulieren und sich so unter Wert verkaufen. Wegen einer Restrukturierung bei der Telekom blieben die versprochenen Folgeaufträge aus. Zusätzlich strich die Hausbank nach einer Neubewertung der Bonität die Kreditlinie auf ein Drittel zusammen. Müller blieb mit Schulden.

* Es handelt sich um einen Zusammenschluss natürlicher oder juristischer Personen zur Erreichung eines gemeinsamen Zieles. Sie ist durch leichte Auflösbarkeit und Kurzlebigkeit gekennzeichnet. Alle Gesellschafter haben das Recht zur Geschäftsführung.

1. Wozu gründete Peter Müller die Gesellschaft bürgerlichen Rechts?
2. Wer beauftragte dieses Unternehmen?
3. Worin bestand sein Fehler?
4. Worauf musste er Wert legen?
5. Welche Fragen stellte er sich bei der Gründung der Firma nicht?

Типовые оценочные материалы по теме 4

Типовые темы эссе

1. Die Vermarktung Ihrer Stadt

2. City branding
3. Erfolg und Misserfolg von Marketing

Типовые оценочные материалы по теме 5

Контрольная работа

Прочитайте и переведите следующий текст и найдите ключевые слова и предложения в каждом абзаце:

Stadtmarketing: die Stadt als Marketingprodukt Maastricht: die Pistole selbst. Komplett Hengelo. Nichts schlägt Groningen und Deventer Gastfreundliche Hansestadt. In den Städten kommt Kampf zunehmend auf Bild. In der Tat haben viele Städte eine ähnliche Reihe von Einrichtungen. Eines der Instrumente, für die Besucher, Einwohner und Unternehmen, um einen bestimmten Stadtlandschaft zu kommunizieren, ist Stadtmarketing und Stadtförderung. Immer mehr Städte im Wettbewerb zur Gewinnung und Bindung Einwohner, Unternehmen und Besucher. Die meisten Orte haben, um eine ähnliche Reihe von infrastrukturellen, Bildungs- und Kultureinrichtungen bieten. Straßen, Schulen und Theater können in der Tat in jeder sich selbst achtet Stadt gefunden werden. Scheinbar kleine Details wie das Bild der Stadt kann entscheidend bei der Auswahl der Unternehmer, Bürger und Touristen.

Eine Möglichkeit, eine Stadt von einer anderen zu unterscheiden, ist Stadtmarketing und Stadtförderung. Die Einrichtung eines Stadtmarketingpolitik keine Pfründe. Entscheidung und politischen Entscheidungsträgern mit unterschiedlichen Fragen nach den Zielgruppen konzentrieren wir uns auf welche Aktivität wir betonen wollen, konfrontiert und wie sollte die Stadt mit der Außenwelt gekommen, um bekannt sein. Laut Gert-Jan Hopsers, Assistant Professor für Ökonomie und Strategie an der Universität Twente arbeitet Stadtmarketing nach ähnlichen Prinzipien wie Marketing im Geschäft oder ein Weg, um ein Produkt zu einem Gewinn an die Kunden zu verkaufen. Das Marketing muss dazu beitragen, dass ein Unternehmen, zieht Kunden, Reserven und damit Markt zu werden. Der Erfolg wird dabei durch, wie ein Produkt bekannt unter den Verbrauchern bestimmt, Hopsers sagte.

Image

Letzteres ist eine Frage der Bild dem das Bild, dass ein bestimmtes Produkt mit Anrufen uns. Das Bild wird durch Erfahrungen, Medien, Werbung oder einem anderen externen Quellen geformt. Unternehmen spielen, um unser Image durch den Versuch, möglichst positiv zu beeinflussen. Was gilt für Unternehmen, gilt für Städte auch folgern Stadt-Marketing-Experten. Dieser Gedanke kommt darauf an, dass wir ähnlich wie Produkte und Dienstleistungen - alle bewusst oder unbewusst eine bestimmte Sicht auf bestimmte Orte, auch auf korrekte Informationen. Diese Information ist die Summe der Aufenthalt in der Stadt, Besuch, Geschichten und andere Geschichten aus den Medien. Mancher hat noch nie in Tilburg, aber hat noch eine Meinung über die Stadt gebildet.

Vergangene spielt eine wichtige Rolle bei der Wahrnehmung. Zum Beispiel Städte wie Almelo und Enschede eine ländliche und langweilig Bild. Sie werden immer den Kürzeren ziehen in die Städte, die ein hipper Blick zu haben. Um die alten Ideen zu kommen off, Städten kommunizieren zunehmend ihre Attraktionen. Stadtmarketing sollte daher dem Branding und Namen Verbesserung beizutragen. Directors breit präsentieren sich in den Medien mit eingängigen Slogans wie Nichts schlägt Groningen oder Es kann Almere.

Dual-Kampagne

Deventer präsentiert sich auch mit Werbekampagnen. Die langjährige Kampagne Deventer Gastfreundliche Hansestadt ist mit zwei neuen Werbe angereichert bedeutet: Dies ist das Magazin Deventer und Kampagnen Made in Deventer. Das Magazin ist im Durchschnitt viermal im Jahr für die Förderung von der Stadt verwendet. Das Themenmagazin in einer alternierenden Auflage von mehreren tausend Exemplaren gedruckt und verteilt, um Gruppen innerhalb und außerhalb Deventer, die Affinität zu dem Thema haben zu zielen.

Seit Januar dieses Jahres neben langem verwendet Speerspitze Deventer Gastfreundliche Hanse kommuniziert mit der Kampagne Made in Deventer. Geistige Vater des Made in Deventer

ist Tourismusdirektor Hein zu RIELE, einer der Teilnehmer der Stiftung Stadtmarketing Deventer. In der Stiftung Stadtmarketing Deventer, neben der touristischen Gemeinde, Saxion Hogeschool Ijselland, ROCAventus, die Deventer Arbeitgeber, MKB Deventer, der Kultursektor, Wohnungsbaugesellschaften und die Handelskammer Veluwe und Twente vertreten.

Zwei Kampagnen nebeneinander, ist es fast nicht existent in den Niederlanden. Deventer müssen sich auf unterschiedliche Weise zu präsentieren, mit unterschiedlichen Prioritäten, Gründe für Riele. "Wir führen diese Kampagne zusammen mit der Kampagne Gastfreundliche Hansestadt. Ein Schwerpunkt ist gefährlich. Nehmen Sie zum Nichts schlägt Groningen, hat er nicht nach Unruhen in der Oosterparkbuurt haben.

Das Produkt, sobald Stadt besteht nun aus mehreren Teilen. Deventer Gastfreundliche Hanse konzentriert sich auf die Touristen-Information / Freizeit-und kulturellen Aspekte der Stadt. Mit Made in Deventer, wollen wir die Aufmerksamkeit auf die industrielle Impulse zu ziehen. Wir wollen, dass die Bürger von Deventer und Menschen von außerhalb der Stadt bewusst Palette von hochwertigen Produkten und Dienstleistungen, die in Deventer hergestellt sind und / oder geliefert zu machen.

Mehrwert

Der endgültige Wert der Kampagne nach an Riele in der Zunahme der Aktivität in der Stadt. Wir hoffen, dass Unternehmen mit Niederlassungen gehen anderswo im Land Deventer als eine Stadt, wo eine Menge von Aktivitäten ist, wo sich das Geschäftsklima ist günstig zu sehen.

Es gibt neben Deventer mehr Städte, einzigartige Produkte zu produzieren, um Riele ist bekannt. "Natürlich. Mehr Städte haben etwas zu sagen. Aber der Punkt ist gerade, die Ihnen sagt, wo Sie gut sind, und das geschieht durch Made in Deventer.

Die Förderung umfasst die explizite Darstellung der Endprodukte in Deventer hergestellt. Dies wird durch Werbetafeln auf den Hauptstraßen der Stadt und der Stationen über Postkarten und über eine Internet-Website getan. Dies ermöglichte es dem Publikum jetzt beachten Sie die Tedecobekertjes wo man nicht brennen Sie Ihre Hände und die Auswahl an Fleisch Metzger Stegeman. Die genannten Unternehmen sind bislang die einzigen, die gebucht. Nach Riele, die nichts mit mangelndem Interesse aus der Wirtschaft zu tun hat. Gegensatz. Es gibt viel Interesse. Im Sommer setzen die Aktivitäten für einen Moment, aber im September gehen wir wieder, auch mit Kuchen Hersteller Bussink. Wenn die Kampagne erfolgreich ist, fällt unter die inspirierten touristische Regisseur nicht zu sagen. Das wird sich zeigen, die langfristige. Nur wenn Sie eine geschäftige Zeit sind, können Sie die Ergebnisse zu messen. Es ist zu früh jetzt.

Keine Millionen

Deventer war, ist und wird immer als Kuchen Stadt in Verbindung gebracht werden, ist es, um RIELE wohl bewusst. Bild des Kuchens Stadt wird sicherlich nicht weg, wir wollen nicht. Es liegt an uns, um mehr Bild der Stadt wegräumen. Es ist nicht beabsichtigt, dass die Menschen mehr als ein Jahr Spike kann eine Reihe von Deventer zu beenden, aber wir hoffen, dass die Stadt schließlich zugehörigen erweitert. Die Provinz Groningen Millionen um ihre Kampagne ausgibt. Nichts schlägt Groningen. Anderen Provinzen zu graben tief in die Tasche. Der es in der IJssel Stadt, keine Frage. Im Gegenteil. Das Budget ist relativ begrenzt. Trotz der Tatsache, dass es eine Menge realisiert. Um RIELE: Wir arbeiten nach, was unter anderem die Deventer Modell erwähnt. Die Quintessenz ist, dass alle Beteiligten wissen, dass positive Aufmerksamkeit Ohr die Stadt für alle, eine günstige Wirkung haben. In anderen Städten Sie bemerken, manchmal, dass Clubs liegen einander gegenüber. In Deventer darüber zu gehen wir anders.

Напишите аннотацию данного текста.

Типовые оценочные материалы по теме 6 Контрольная работа

Unternehmenspräsentation

1. Ergänzen Sie die fehlenden Wörter in den folgenden Ausschnitten aus einer Unternehmenspräsentation. Bei Bedarf hilft Ihnen die nebenstehende Wortliste.

Aufenthalt, der Jahresumsatz, Geschäftsführung, Rundgang, Forschungsabteilung, das Säulendiagramm, vorstellen, erläutern, sich gliedern, zunehmen, zuständig, anschließend, erkennbar

Guten Tag, meine Damen und Herren! Im Namen der ... möchte ich Sie herzlich bei der Firma Stockhausen willkommen

heißen. Mein Name ist Charlotte Braun, und ich bin hier ... für die Öffentlichkeitsarbeit.

Ich werde Ihnen jetzt unser Unternehmen.... Als Erstes sage ich Ihnen etwas über die Firmengeschichte, die Organisationsform und die verschiedenen Unternehmensbereiche, dann etwas über die Produkte und zuletzt... ich Ihnen unser Vertriebssystem. ... machen wir einen... durch die Produktionsanlagen.

Das Unternehmen wurde 1909 gegründet. Die Aktiengesellschaft ... in drei selbstständige Unternehmensbereiche. Zurzeit haben wir etwa 11000 Beschäftigte, davon 1400 im Ausland. ... betrug 2002 weltweit zirka 3,2 Millionen €. Das war alles zum Thema Investitionen. Und nun noch etwas zu unserer Wie ich schon am Anfang erwähnte, haben unsere Entwicklungsausgaben ständig

Auf dieser Folie sehen Sie die Entwicklung der Mitarbeiterzahl in den letzten fünf Jahren zeigt, dass die Zahlen bis 2000 kontinuierlich gestiegen sind. Seit 2001 ist eine abnehmende Tendenz

Ich bin mit meinen Ausführungen jetzt am Ende. Wenn Sie noch Fragen haben, bin ich gern bereit, sie zu beantworten. Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit. Wir haben uns über Ihren Besuch sehr gefreut und wünschen Ihnen noch einen angenehmen ... hier in Essen.

2. Eine Zeitung braucht Informationen über die Firma Schildt GmbH. Ergänzen Sie die fehlenden Fragen. Benutzen Sie auch Frageeinleitungen. Spielen Sie dann das Gespräch mit Ihrem Partner.

Geschäftsführer Schirmer

Journalistin Weiss von Rhein-Kurier, guten. Tag, Herr Schirmer

Geschäftsführer Guten Tag. Worum geht es denn?

Journalistin Ich hätte gern einige Auskünfte über Ihr [Unternehmen](#).

Geschäftsführer Darf ich fragen, zu welchem Zweck?

Journalistin Wir wollen in einer Artikelserie einige mittelständische [Unternehmen](#) vorstellen, und da hatte ich an Ihre Firma gedacht.

Geschäftsführer Aha. Na. Was wollen Sie wissen?

a).....?

Das [Unternehmen](#) besteht seit 1956.

b).....?

Die Firma ist ein Familienunternehmen in der Gesellschaftsform einer GmbH.

c).....?

Zur Zeit 120 Personen.

d).....?

Unsere Hauptprodukte sind Verkehrsschilder.

e).....?

Im vergangenen Jahr etwa 30 Mio.€

f).....?

In diesem Jahr rechnen wir mit einer Umsatzsteigerung von 6%.

g).....?

Ja, wir liefern etwa die Hälfte unserer Produkte ins Ausland, und zwar in die Benelux-Länder und nach Frankreich.

h)?

Unsere Kunden sind die kommunalen Straßenbauämter.

i).....?

Nein, bei unserer Fertigung entstehen keine Emissionen oder Abfälle. Das einzige Umweltproblem ist der Maschinenlärm.

Journalistin Vielen Dank, Herr Schirmer. Ich glaube das reicht.

Geschäftsführer Wenn sie wollen, schicke ich Ihnen einen Firmenprospekt. Da finden Sie weitere Informationen und Daten.

3. Was würden Sie sagen?

a) Sie wollen Ihre Präsentation beginnen und bitten die versammelten Besucher um Aufmerksamkeit.

b) Sie begrüßen die Gäste im Namen Ihres Unternehmens.

c) Sie stellen sich und Ihre Funktionen vor.

d) Sie geben einen Überblick über die Gliederung Ihrer Firmenpräsentation (Geschichte, Organisation und Aktivitäten des Unternehmens, Produkte, Rundgang durch die Produktionsanlagen).

e) Sie beginnen mit dem Thema Finnengeschichte.

f) Sie schließen das Thema Organisation ab und gehen zum Thema Aktivitäten über.

g) Sie beginnen einen kurzen Exkurs über ein Investitionsprojekt in Neuguinea,

h) Sie machen die Zuhörer auf eine Folie aufmerksam, auf der die Entwicklung der Beschäftigtenzahl dargestellt ist.

i) Sie weisen zum Schluss auf die Umsatzsteigerung von 30% im Inland hin.

j) Sie bedanken sich bei den Zuhörern fürs Zuhören und bieten an, Fragen zu beantworten.

Доклад с мультимедиа-презентацией (ДП)

Erstellen Sie eine Präsentation eines Unternehmens. Benutzen Sie den folgenden

Plan:

1. Die Geschichte
2. Die Tätigkeit
3. Die Struktur
4. Gegenstand der Presentation
5. Perspektiven des Projekts

Оценочные материалы промежуточной аттестации

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке при решении задач в рамках профессиональной деятельности
ОПК-3	Способен осуществлять все	ОПК-3.1	Способен подбирать, переводить, анализировать

	этапы комплексного анализа и обобщать его результаты с использованием методов научных исследований		и систематизировать информацию из иностранных источников
--	--	--	--

Компонент компетенции	Индикатор оценивания	Критерий оценивания
Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке при решении задач в рамках профессиональной деятельности	Способен осуществлять успешную коммуникацию, в том числе на иностранном языке на основе базовых знаний грамматики и специальной терминологии; в чтении пользуется приемами просмотрового и аналитического чтения, понимает смысл текста, адекватно переводит информацию; оценивает, выделяет важные и отсекает малозначимые данные	Демонстрирует уверенные умения осуществлять успешную коммуникацию, в том числе на иностранном языке на основе базовых знаний грамматики и специальной терминологии; в чтении пользуется приемами просмотрового и аналитического чтения, понимает смысл текста, адекватно переводит информацию; оценивает, выделяет важные и отсекает малозначимые данные
Способен подбирать, переводить, анализировать и систематизировать информацию из иностранных источников	Представляет систематизированную информацию из иностранных источников по предмету исследования	Представлена систематизированная информация из иностранных источников по предмету исследования

Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Зачет проводится в форме защиты контрольной работы.

Типовая контрольная работа

Определите, к какому типу писем относятся части предложений из деловых писем.

Отметьте номера.

1. Wir danken Ihnen für Ihr Angebot und bestellen
2. Es gelten die allgemeinen Lieferbedingungen.
3. Wir bitten um sofortige Bestätigung unseres Auftrags.
4. Bitte senden Sie uns ein Angebot mit Mustern für folgende Artikel:.....
5. Über einen Auftrag würden wir uns sehr freuen.
6. Wir benötigen ausführliche Angaben über Lieferzeiten, Preise, Liefer- und Zahlungsbedingungen.
7. Bitte senden Sie uns so bald wie möglich ein unverbindliches Angebot
8. Wir danken Ihnen für Ihren Auftrag, den wir wie folgt notiert haben...
9. Alle nötigen Angaben finden Sie in beiliegender Rechnung

10. Hiermit bestätigen wir Ihnen Ihren Auftrag....
11. Bitte überweisen Sie den Rechnungsbetrag auf folgendes Konto: ...
12. Gerne unterbreiten wir Ihnen folgendes Angebot....
13. Wir werden Ihren Auftrag wie folgt ausführen:....

Anfrage: _____

Angebot: _____

Auftrag: _____

Auftragsbestätigung: _____

Rechnung: _____

ТЕКСТ

1. Письменно переведите текст

VON DER INFORMATION ZUR INNOVATION

Globalisierung ist ein Reizwort, wenn man heute über die Zukunft des Wirtschaftsstandortes Deutschland und seiner Unternehmen spricht. Fand früher der Wettbewerb weitgehend auf nationalen Einzelmärkten statt, so prägen heute vielfältige internationale Verflechtungen das Bild der Wirtschaft. Finanz- und Warenströme bewegen sich immer schneller um den Erdball. Durch den Fortschritt in der Innovations- und Kommunikationstechnologie gelangen Informationen in Sekundenschnelle an jeden Ort der Welt. Drastisch verkürzte Innovations- und Produktlebenszyklen prägen das Bild der technischen Entwicklung. Die Wertschöpfung für Produkte wird zunehmend genau dort erbracht, wo die Unternehmen die günstigsten Bedingungen vorfinden. Aber nicht nur Unternehmen stehen im weltweiten Weltstreit. Ganze Staaten konkurrieren untereinander und versuchen, Investoren für sich zu gewinnen. Ein heftiger Produktivitäts- und Innovationswettbewerb ist entstanden, der das Management und auch jeden einzelnen Mitarbeiter vor völlig neue Aufgaben stellt.

Auch für Siemens bedeutet das immense Herausforderungen. Siemens ist ein Unternehmen, das in 190 Ländern der Welt vertreten ist. Mehr als 430 000 Menschen arbeiten weltweit in den Arbeitsgebieten Energie, Medizin, Information und Kommunikation, Bauelemente und Licht. Damit ist Siemens siebgrößter privater Arbeitgeber der Welt. Ein Umsatzvolumen von 70 Milliarden Euro bedeutet, dass man jeden Tag Aufträge in Höhe von 270 Millionen Euro braucht, um seine Mitarbeiter zu ernähren. Mehr als 70 Prozent des Geschäftes realisiert man im Ausland, weniger als 30 Prozent hier in Deutschland.

Der Kern seiner Aktivitäten liegt immer noch in Europa. Etwa 60 Prozent des Umsatzes erzielt man hier. Wachsen wird man jedoch vor allem in Asien und in Amerika. Darüber hinaus sind die Staaten in Mittel- und Osteuropa ein Markt, der nicht nur aufgrund der geographischen Nähe zu Deutschland interessant ist. Auf den Gebieten der Infrastruktur für Telekommunikation, Energie und Verkehr besteht dort ein immenser Nachholbedarf. Aber diese Region hat auch ihre eigenen Spielregeln. Mehr als anderswo bestimmt deshalb die jeweilige politische und wirtschaftliche Entwicklung das Tempo und die Art, wie Siemens seine Aktivitäten vorantreibt. Dass es heute bereits mehr als 30 000 Menschen in Staaten wie Ungarn, Polen, Tschechien, der Slowakei und natürlich Russland beschäftigt und mehr als 100 Gesellschaften und Joint Ventures vor Ort betreibt, sind klare Zeichen für seine insgesamt positive Einschätzung dieser Region.

2. Найдите эквиваленты русских словосочетаний.

1. в возрастающей мере	a) die Zahl der Selbständigen
2. создать климат	b) sich ständig verändernde Märkte
3. время глубоких перемен	c) Kreativität und Risikobereitschaft
4. число лиц, не работающих по найму	d) eine Zeit des tiefgreifenden Wandels
5. постоянно меняющиеся рынки	e) neue Wettbewerber aus allen

	Weltregionen
6. новые конкуренты со всех регионов мира	f) Rahmenbedingungen ausgestalten
7. творчество и готовность пойти на риск	g) „ Kultur der Selbständigkeit“ beleben
8. расширить рамочные условия	h) Marktposition streitig machen
9. оживлять культуру самостоятельности	i) ein Klima schaffen
10. оспаривать положение на рынке	j) in einem zunehmenden Maße

3. Найдите слова-синонимы. Переведите их

Das Unternehmen der Wandel sinken zunehmen unter Beweis stellen attraktiv fördern, der Wettbewerb bedürfen das Ziel	Der Zweck Wachsen Anziehend Zurückgehen die Veränderung die Konkurrenz benötigen beweisen der Betrieb unterstützen.
---	--

4. Расположите заглавия в соответствии с содержанием текста.

1. Mittelstand belebt Kultur der Selbständigkeit
2. Globalisierung erzwingt Anpassung
3. Aufgabe der Wirtschaftspolitik

5. Прочитайте данные предложения и определите, соответствуют ли они содержанию текста.

1. Neue Informations- und Kommunikationstechniken verbinden die Kontinente, Länder und Märkte der Welt.
2. Täglich müssen große Betriebe ihre Anpassungsfähigkeit beweisen.
3. Die Zahl der Selbständigen in Ostdeutschland ist gewachsen.
4. Der Prozess der Globalisierung erfordert Anpassung an sich verändernde Märkte.
5. Undynamische Betriebe entwickeln neue Produkte und Produktionsverfahren.
6. Produktive und innovative Tätigkeiten sollen attraktiv sein.
7. Nur die Unternehmer brauchen Eigeninitiative und Flexibilität zu zeigen.
8. Ziel der Wirtschaftspolitik ist es, eine „Kultur der Selbständigkeit“ zu fördern.
9. Der Anteil der Selbständigen in Westdeutschland liegt niedriger als in Ostdeutschland.
10. Nur dynamische Unternehmen können in der globalen Konkurrenz bestehen.

6. Найдите в тексте предложения, содержащие эквиваленты следующих словосочетаний.

Задача экономической политики, расширить экономические рамочные условия, оспаривать положение на рынке, новые конкуренты, деятельность предприятий, во всем обществе, малые и средние предприятия, предприимчивые личности, творчество.

7. Составьте предложения, подбирая их части в правой и левой колонках.

1. Der Mittelstand belebt	a) Marktposition streitig.
2. Die Arbeitnehmer müssen auch	b) Anpassung an sich verändernde Standorte.

3. Die Wettbewerber aus Ausland machen den deutschen Betrieben	c) Leistungsbereitschaft zeigen.
4. Kleine und mittlere Unternehmen müssen	d) ist es Ziel der Wirtschaftspolitik
5. Der Prozess der Globalisierung erzwingt	e) ihre Anpassungsfähigkeit unter Beweis
6. Ostdeutschland konnte nach der Wende	f) eine Kultur der Selbständigkeit

**8. Напишите аннотацию текста VON DER INFORMATION ZUR INNOVATION.
Шкала оценивания**

Шкала оценивания	Критерии оценивания
Зачтено	У обучающегося сформированы уверенные знания, умения и навыки, включенные в соответствующий этап освоения компетенций, он глубоко и полно освещает теоретические, методологические и практические аспекты вопроса, проявляет творческий подход к его изложению и демонстрирует дискуссионность проблематики, а также глубоко и полно раскрывает дополнительные вопросы. Этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, сформированы. Свободное владение материалом. Достаточный уровень знакомства со специальной научной литературой.
	Полные, исчерпывающие, аргументированные ответы на основной и дополнительные вопросы. Этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, сформированы. Детальное воспроизведение учебного материала. Практические навыки профессиональной деятельности в значительной мере сформированы. Приемлемое умение самостоятельного решения практических задач с отдельными элементами творчества. Обучающийся твердо знает материал дисциплины, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопросы.
	Этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, сформированы не в полной мере. Наличие минимально допустимого уровня в усвоении учебного материала и в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы не в полной мере. Обучающийся показывает знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, неправильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала
Не зачтено	Обучающийся не знает и не понимает сущности вопросов и предлагаемых задач. Этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, не сформированы. Недостаточный уровень усвоения понятийного аппарата и наличие фрагментарных знаний по программному материалу дисциплины, обучающийся допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в виде зачета - защиты контрольной работы. Выполнение всех заданий текущего контроля является желательным для всех обучающихся. Оценка знаний обучающегося по шкале «зачтено/не зачтено» определяется ответом на зачете.

Критерии и шкалы оценки в рамках текущего контроля успеваемости обучающихся:

Критерии оценки устного опроса:

Ответ обучающегося оценивается, исходя из следующих критериев:

- полнота, четкость, информационная насыщенность ответа;
- новизна используемой информации;
- знание и исследование научных источников, практики.

Оценивание устного опроса:

ответ обучающегося может быть оценен по шкале «зачтено/не зачтено» преподавателем, исходя из критериев оценки устного опроса.

Критерии оценки контрольной работы:

1. Знания и умения на уровне требований стандарта конкретной дисциплины: знание фактического материала, усвоение общих представлений, понятий, идей.

2. Характеристика реализации цели и задач исследования (новизна и актуальность поставленных в контрольной работе проблем, правильность формулирования цели, определения задач исследования, правильность выбора методов решения задач и реализации цели; соответствие выводов решаемым задачам, поставленной цели, убедительность выводов).

3. Степень обоснованности аргументов и обобщений (полнота, глубина, всесторонность раскрытия темы, логичность и последовательность изложения материала, корректность аргументации и системы доказательств, характер и достоверность примеров, иллюстративного материала, широта кругозора автора, наличие знаний интегрированного характера, способность к обобщению).

4. Качество полученных результатов (степень завершенности исследования, спорность или однозначность выводов).

5. Использование литературных источников.

6. Культура письменного изложения материала.

7. Культура оформления материалов работы.

Оценивание контрольной работы:

контрольные работы оцениваются преподавателем дисциплины по шкале «зачтено/не зачтено», исходя из критериев оценки.

Критерии оценки доклада-презентации:

–изложение доклада (владение материалом, научной терминологией, наглядность презентации, риторические способности, соблюдение регламента);

–содержание доклада (относительный уровень сложности, научность и глубина рассматриваемых фактов, методов и приемов решений и доказательств);

–актуальность и практическая значимость;

–ответы на вопросы.

Оценивание доклада-презентации:

подготовка доклада-презентации и выступление с ним могут быть оценены по 5-ти балльной шкале преподавателем, исходя из приведенных критериев оценки.

Критерии оценки эссе

Критерии могут трансформироваться в зависимости от их конкретной формы, при этом общие требования к качеству эссе могут оцениваться по следующим критериям:

Критерий	Требования
Знание и понимание теоретического материала.	- определяет рассматриваемые понятия четко и полно, приводя соответствующие примеры; - используемые понятия строго соответствуют теме; - самостоятельность выполнения работы.
Анализ и оценка	- грамотно применяет категории анализа;

информации	<ul style="list-style-type: none"> - умело использует приемы сравнения и обобщения для анализа взаимосвязи понятий и явлений; - способен объяснить альтернативные взгляды на рассматриваемую проблему и прийти к сбалансированному заключению; - диапазон используемого информационного пространства (магистрант использует большое количество различных источников информации); - обоснованно интерпретирует текстовую информацию с помощью графиков и диаграмм; - дает личную оценку проблеме;
Построение суждений	<ul style="list-style-type: none"> - ясность и четкость изложения; - логика структурирования доказательств - выдвинутые тезисы сопровождаются грамотной аргументацией; - приводятся различные точки зрения и их личная оценка; - общая форма изложения полученных результатов и их интерпретации соответствует жанру проблемной научной статьи.
Оформление работы	<ul style="list-style-type: none"> - работа отвечает основным требованиям к оформлению и использованию цитат; - соблюдение лексических, фразеологических, грамматических и стилистических норм русского литературного языка; - оформление текста с полным соблюдением правил русской орфографии и пунктуации; - соответствие формальным требованиям.

Оценивание эссе:

эссе оцениваются преподавателем дисциплины по двухбалльной шкале (зачтено/не зачтено).

Критерии и шкала оценки диалогического высказывания

Показатель	5	4	3	2
Содержание	Задание полностью выполнено: цель общения успешно достигнута, тема раскрыта в заданном объеме, социокультурные знания использованы в соответствии с ситуацией общения	Задание выполнено: цель общения достигнута, однако тема раскрыта не в полном объеме, в основном социокультурные знания использованы в соответствии с ситуацией общения.	Задание выполнено частично: цель общения достигнута не полностью, тема раскрыта в ограниченном объеме, социокультурные знания использованы в соответствии с ситуацией общения в ограниченном объеме.	Задание не выполнено: цель общения не достигнута.

Взаимодействие	Демонстрирует способность логично и связно вести беседу: начинает, при необходимости, и поддерживает ее с соблюдением очередности при обмене репликами, проявляет инициативу при смене темы, восстанавливает беседу, в случае сбоя.	В целом демонстрирует способность логично и связно вести беседу: начинает, при необходимости, и в большинстве случаев поддерживает ее с соблюдением очередности при обмене репликами, не всегда проявляет инициативу при смене темы, демонстрирует наличие проблемы в понимании собеседника.	Демонстрирует неспособность логично и связно вести беседу: не начинает и не стремится поддерживать ее, не проявляет инициативы при смене темы, передает наиболее общие идеи в ограниченном контексте; в значительной степени зависит от помощи со стороны собеседника.	Не может поддерживать беседу.
Лексика	Демонстрирует словарный запас, адекватный поставленной задаче.	Демонстрирует достаточный словарный запас, в основном соответствующий поставленной задаче, однако наблюдается некоторое затруднение при подборе слов и отдельные неточности в их употреблении.	Демонстрирует ограниченный словарный запас, в некоторых случаях недостаточный для выполнения поставленной задачи.	Словарный запас недостаточен для выполнения поставленной задачи.
Грамматика	Использует грамматические структуры в соответствии с поставленной задачей; практически не делает ошибок.	Использует структуры, в целом соответствующие поставленной задаче; допускает ошибки, не затрудняющие понимания.	Делает многочисленные ошибки или допускает ошибки, затрудняющие понимание.	Неправильное использование грамматических структур делает невозможным выполнение поставленной задачи.

Произношение	<p>Артикуляцию говорящего легко понять;</p> <p>Темп речи нормальный;</p> <p>Звучание достаточно громкое;</p> <p>Интонирование верно;</p> <p>Речь звучит в естественном темпе, нет грубых фонетических ошибок.</p>	<p>Речь понятна: в целом соблюдает правильный интонационный рисунок, не допускает фонематических ошибок, все звуки в потоке речи произносит правильно, может иметь легкий акцент.</p>	<p>В основном речь понятна: не допускает фонетических ошибок, звуки в потоке речи в большинстве случаев произносит правильно, однако в интонационном рисунке прослеживается влияние родного языка.</p>	<p>Речь почти не воспринимается на слух из-за большого количества фонематических ошибок и неправильного произнесения отдельных звуков.</p>
--------------	---	---	--	--

5. Методические материалы по освоению дисциплины

При изучении дисциплины обучающиеся должны уметь пользоваться словарями и онлайн переводчиками. При поиске слова в словаре необходимо следить за точным совпадением графического оформления искомого и найденного слова, в противном случае перевод будет неправильны. Многие слова являются многозначными, т.е. имеют несколько значений, поэтому при поиске значения слова в словаре необходимо читать всю словарную статью и выбирать для перевода то значение, которое подходит в контекст предложения (текста). При поиске в словаре значения слова в ряде случаев следует принимать во внимание грамматическую функцию слова в предложении, так как некоторые слова выполняют различные грамматические функции и в зависимости от этого переводятся по-разному. При работе с онлайн переводчиком важно помнить, что нельзя полностью полагаться на машинный перевод, необходимо последующее редактирование полученного результата, так как получение адекватного перевода возможно лишь при вмешательстве человека.

Контроль самостоятельной работы обучающегося – неотделимый, безусловно, необходимый, элемент организации и управления СР.

Рекомендации по подготовке эссе

Работу по подготовке эссе по определенной теме следует начать с изучения тематических текстов-образцов. В первую очередь упражнения по изучаемой теме, усвоить необходимый лексический материал, прочитать и перевести тексты-образцы, выполнить речевые упражнения по теме. Затем на основе изученных текстов нужно подготовить связное изложение, включающее наиболее важную и интересную информацию.

При подготовке устного монологического высказывания рекомендуется руководствоваться следующими общими положениями:

1. Сформулируйте тему сообщения и озаглавьте.
2. Составьте краткий или развернутый план сообщения.
3. В соответствии с планом проанализируйте необходимую литературу: тексты, статьи. Подберите цитаты, иллюстративный материал.
4. Выпишите необходимые термины, ключевые слова, речевые обороты.
5. Текст сообщения должен состоять из простых предложений и быть кратким.
6. Начните сообщение с фраз: я хочу рассказать о ..., речь идет о
7. Обозначьте во вступлении основные положения, тезисы своего сообщения. Обоснуйте, проиллюстрируйте эти тезисы.
8. Выделив в своем выступлении смысловые отрезки, установите между ними

смысловые связи.

9. Сделайте вывод, подведите итог сказанному.

10. Выразите свое отношение к изложенному материалу.

11. Постарайтесь излагать свое сообщение эмоционально, не читая, а изредка заглядывая в план и зачитывая цитаты.

Рекомендации при работе с текстом

Правильное понимание и осмысление прочитанного текста, извлечение информации, перевод текста базируются на навыках по анализу иноязычного текста, умений извлекать содержательную информацию из форм языка.

При работе с текстом на немецком языке рекомендуется руководствоваться следующими общими положениями:

1. Текст, предназначенный для перевода, следует рассматривать как единое смысловое целое.

2. Начинайте перевод с заглавия, которое, как правило, выражает основную тему данного текста.

3. Постарайтесь понять содержание всего текста, прочитайте его целиком или большую его часть, а затем приступайте к отдельным его предложениям.

4. Старайтесь понять основную мысль предложения, опираясь на знакомые слова и выражения, а также на слова, схожие с родным языком или о значении которых можно догадаться из содержания.

5. Выполните перевод всех неизвестных тебе слов.

6. Отредактируйте переведенные предложения так, чтобы они были построены на русском языке грамматически и стилистически верно.

7. Перечитайте переведенный текст и внесите необходимые стилистические поправки.

При переводе предложений с немецкого языка на русский рекомендуется руководствоваться следующими общими положениями:

1. Внимательно прочитайте предложение.

2. Найдите сказуемое, затем подлежащее.

3. В утвердительном предложении подлежащее всегда стоит перед сказуемым и может быть выражено местоимением, числительным, неличной формой глагола, существительным с определениями.

4. Определите, нет ли в предложении причастного или инфинитивного оборота.

5. Определите временную форму сказуемого и залог. Если залог действительный, подлежащее является исполнителем действия. Если залог страдательный, действие направлено на подлежащее.

6. При определении временной формы глагола и при ее переводе обратите внимание на присутствие временных определителей (предлогов, наречий). Они помогут вам при переводе.

При переводе предложений с русского языка на немецкий рекомендуется руководствоваться следующими общими положениями:

1. Внимательно прочитайте предложение.

2. Если оно утвердительное или отрицательное, помните о прямом порядке слов.

3. Найдите подлежащее, потом сказуемое.

4. Согласуйте сказуемое в русском языке с видовременной формой в немецком языке.

5. На первое место всегда ставится подлежащее, затем сказуемое, дополнение и обстоятельство.

6. Обстоятельства места и времени могут стоять в начале предложения перед подлежащим.

7. При переводе вопросительного предложения, восклицательного и повелительного изучите соответствующие правила.

При пересказе текста рекомендуется руководствоваться следующими общими положениями:

1. Выделите основную мысль текста.
2. Составьте план пересказа.
3. Пересказывать лучше простыми предложениями.
4. Отработайте произношение необходимых для пересказа слов и словосочетаний.

Обратите внимание на произношение трудных иностранных слов и имен собственных.

5. При пересказе придерживайтесь составленного плана

Методические рекомендации по самостоятельной работе с лексикой

Формы самостоятельной работы обучающихся с лексическим материалом:

- a) составление собственного словаря в отдельной тетради;
- b) составление списка незнакомых слов и словосочетаний по учебным и индивидуальным текстам, по определённым темам;
- c) анализ отдельных слов для лучшего понимания их значения;
- d) подбор синонимов к активной лексике учебных текстов;
- e) подбор антонимов к активной лексике учебных текстов;
- f) составление таблиц словообразовательных моделей.

Рекомендации:

1) При составлении списка слов и словосочетаний по какой-либо теме (тексту), при оформлении лексической картотеки или личной тетради- словаря необходимо выписать из словаря лексические единицы в их исходной форме, то есть: имена существительные - в именительном падеже единственного числа; глаголы - в инфинитиве (целесообразно указать и другие основные формы глагола).

2) Заучивать лексику рекомендуется с помощью двустороннего перевода (с иностранного языка - на русский, с русского языка - на иностранный) с использованием разных способов оформления лексики (списка слов, тетради- словаря, картотеки).

3) Для закрепления лексики целесообразно использовать примеры употребления слов и словосочетаний в предложениях, а также словообразовательные и семантические связи заучиваемых слов (однокоренные слова, синонимы, антонимы).

4) Для формирования активного и пассивного словаря необходимо освоение наиболее продуктивных словообразовательных моделей иностранного языка.

Формы самостоятельной работы обучающихся со словарем:

- a) поиск заданных слов в словаре;
- b) определение форм единственного и множественного числа существительных;
- c) выбор нужных значений многозначных слов;
- d) поиск нужного значения слов из числа грамматических омонимов;
- e) поиск значения глагола по одной из глагольных форм.

Методические рекомендации по самостоятельной работе со словарем:

1) При поиске слова в словаре необходимо следить за точным совпадением графического оформления искомого и найденного слова, в противном случае перевод может быть неправильным

2) Многие слова являются многозначными, т.е. имеют несколько значений, поэтому при поиске значения слова в словаре необходимо читать всю словарную статью и выбирать для перевода то значение, которое подходит в контекст предложения (текста)

3) При поиске в словаре значения слова в ряде случаев следует принимать во внимание грамматическую функцию слова в предложении, так как некоторые слова выполняют различные грамматические функции и в зависимости от этого переводятся по-разному.

4) При поиске значения глагола в словаре следует иметь в виду, что глаголы указаны в словаре в неопределенной форме, в то время как в предложении (тексте) они функционируют в разных временах, в разных грамматических конструкциях. Алгоритм поиска глагола зависит от его принадлежности к классу правильных или неправильных глаголов.

Моделирование самостоятельной работы обучающихся:

1. Повторение пройденного теоретического материала.
2. Установление главных вопросов темы.
3. Определение глубины и содержания знаний по теме, составление тезисов по теме.
4. Анализ выполняемой деятельности и ее самооценка.
5. Приобретенные умения и навыки.
6. Составление вопросов по содержанию пройденного материала.

Руководство выполнением самостоятельной работы обучающихся:

1. Текущее собеседование и контроль.
2. Консультации.
3. Анализ, рецензирование, оценка, коррективы СРС.
4. Подведение итогов и т. д.

Этапы и приемы СРС:

1. Подбор рекомендуемой литературы.
2. Знакомство с вопросами практического занятия по данной теме.
3. Определение вопросов, по которым нужно прочитать литературу.
4. Составление схем, таблиц, вокабуляра по теме.

Комплекс средств обучения при самостоятельной работе обучающихся:

1. Методические разработки для обучающихся.
2. Вопросы по теме практического занятия.

5.2. Методы и формы организации самостоятельной работы обучающихся

Текущий контроль самостоятельной работы обучающихся осуществляется преподавателем на практических занятиях. На очно-заочной форме обучения в структуре дисциплины отсутствуют темы, по которым бы не проводились практические занятия.

5.3. Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям

Практическое занятие подразумевает устные опросы, доклады-презентации, составление диалогических высказываний, написание эссе, аннотирование научных текстов.

Обучение по дисциплине предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (практические занятия) и самостоятельную работу студентов. Практические занятия дисциплины предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий.

Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в целом по дисциплине и в разрезе по модулям доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом практическом занятии.

Для успешного изучения дисциплины «Профессиональные коммуникации на иностранном языке (немецкий)» и сдачи по ней зачета немаловажное значение имеет правильная организация обучающимися самостоятельной работы.

Готовясь к практическим занятиям, следует активно пользоваться учебной литературой: учебниками, словарям и Интернет-ресурсами.

В случае возникновения неясных вопросов обучающийся может получить индивидуальную консультацию преподавателя согласно графику консультаций, утвержденному на кафедре.

Систематическое выполнение учебной работы на практических занятиях семинарского типа позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для формирования необходимых компетенций.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Беляева, И. В. Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации. Комплексные учебные задания : учебное пособие / И. В. Беляева, Е. Ю. Нестеренко, Т. И. Сорогина. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2015. — 132 с. — ISBN 978-5-7996-1436-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/65930.html> (дата обращения: 02.10.2019). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Ситникова, И. О. Деловой немецкий язык (b2–c1). Der mensch und seine berufswelt : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. О. Ситникова, М. Н. Гузь. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 234 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-09468-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/427969> (дата обращения: 17.09.2019).

3. Немецкий язык [Электронный ресурс] : учебник для магистров / В. А. Баскакова, С. Н. Ковальская, Н. А. Коляда [и др.] ; под ред. Н. А. Коляда. — Электрон. текстовые данные. — Ростов-на-Дону : Издательство Южного федерального университета, 2016. — 284 с. — 978-5-9275-1995-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/78683.html>

6.2. Дополнительная литература

Миляева, Н. Н. Немецкий язык. Deutsch (a1—a2) : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. Н. Миляева, Н. В. Кукина. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 352 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08120-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432104> (дата обращения: 17.09.2019).

6.3. Нормативные правовые акты и иные официальные документы Не предусмотрены.

6.4. Интернет-ресурсы

Универсальная интернет-энциклопедия Wikipedia <http://ru.wikipedia.org>
Университетская библиотека Онлайн <http://www.biblioclub.ru/>

Сервис полнотекстового поиска по книгам <http://books.google.ru>
<http://www.goethe.de/z/50/pub/wiko/fachlexik.htm>
<http://www.langenscheidt.de/>
<http://german.about.com/library/blessent.htm>
http://german.about.com/library/anfang/blanfng_cn.htm
http://german.about.com/library/blgloss.htm?PM=ss11_german
http://german.about.com/library/anfang/blanfng_inhalt.htm
<http://german.about.com/library/blgrammatik.htm>
<http://elibrary.ru> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Для обеспечения учебного процесса по дисциплине «Профессиональные коммуникации на иностранном языке (немецкий)» филиал располагает учебными аудиториями для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, лабораторных практикумов, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещениями для самостоятельной работы и помещениями для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Лекционные аудитории оснащены видеопроекционным оборудованием для проведения презентаций, а также средствами звуковоспроизведения; помещения для практических занятий укомплектованы учебной мебелью; библиотека располагает рабочими местами с доступом к электронным библиотечным системам и сети интернет. Все учебные аудитории оснащены компьютерным оборудованием и лицензионным программным обеспечением.

Программное обеспечение:

Microsoft Windows 10 профессиональная

Microsoft Office ProPlus 2016

ESET NOD32 Antivirus Business Edition

система ГАРАНТ

Справочная правовая система КонсультантПлюс

Архиватор 7ZIP

Средство просмотра файлов PDF-формата Adobe Acrobat Reader

Браузер Google Chrome

Браузер Mozilla Firefox