

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт образования и общественных наук
Кафедра зарубежной филологии и прикладной лингвистики

УТВЕРЖДАЮ:
И.о. директора института



С. К. Лямин
«16» сентября 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.О.15 Основы профессиональной коммуникации

Направление подготовки/специальность: 45.04.02 - Лингвистика

Профиль/направленность/специализация: Письменный и устный перевод

Уровень высшего образования: магистратура

Квалификация: Магистр

год набора: 2024

Тамбов, 2024

Автор программы:

Доктор филологических наук, профессор Фурс Людмила Алексеевна

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 45.04.02 - Лингвистика (уровень магистратуры) (приказ Министерства науки и высшего образования РФ от «12» августа 2020 г. № 992).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры зарубежной филологии и прикладной лингвистики «13» сентября 2024 г. Протокол № 2

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Факультета филологии и лингвистики, Протокол от «16» сентября 2024 г. № 1.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП Магистратуры.....	6
3. Объем и содержание дисциплины.....	6
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	13
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	17
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	19
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	20

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ОПК-2 Способен учитывать в практической деятельности специфику иноязычной научной картины мира и научного дискурса в русском и изучаемом иностранном языках

ОПК-4 Создает и понимает понимать речевые произведения на изучаемом иностранном языке в устной и письменной формах применительно к официальному, нейтральному и неофициальному регистрам общения. Демонстрирует навыки чтения и аудирования на 1 изучаемом иностранном языке, умеет воспринимать и порождать монологические и диалогические тексты в устной и письменной формах.

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- научно-исследовательский
- переводческий

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 01 Образование и наука (в сферах: реализации основных общеобразовательных программ, образовательных программ среднего профессионального образования, высшего образования, дополнительных образовательных программ; научных исследований)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
	ОПК-2 Способен учитывать в практической деятельности специфику иноязычной научной картины мира и научного дискурса в русском и изучаемом иностранном языках	Применяет полученные теоретические знания о лингвистических учениях и языкознании в научной работе, с учетом специфики иноязычной научной картины мира и научного дискурса в русском и изучаемом языках
	ОПК-4 Создает и понимает понимать речевые произведения на изучаемом иностранном языке в устной и письменной формах применительно к официальному, нейтральному и неофициальному регистрам общения. Демонстрирует навыки чтения и аудирования на 1 изучаемом иностранном языке, умеет воспринимать и порождать монологические и диалогические тексты в устной и письменной формах.	Создает и понимает речевые произведения на изучаемом иностранном языке в устной и письменной формах применительно к официальному, нейтральному и неофициальному регистрам общения. Демонстрирует навыки профессиональной коммуникации на 1 изучаемом иностранном языке, умеет воспринимать и порождать монологические и диалогические тексты в устной и письменной формах

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ОПК-2 Способен учитывать в практической деятельности специфику иноязычной научной картины мира и научного дискурса в русском и изучаемом иностранном языках

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения			
		Заочная (семестр)			
		1	2	3	5
1	Общее языкознание и история науки о языке	+			
2	Общественно-полит ический перевод			+	
3	Преддипломная практика				+
4	Теория перевода		+		

ОПК-4 Создает и понимает понимать речевые произведения на изучаемом иностранном языке в устной и письменной формах применительно к официальному, нейтральному и неофициальному регистрам общения. Демонстрирует навыки чтения и аудирования на 1 изучаемом иностранном языке, умеет воспринимать и порождать монологические и диалогические тексты в устной и письменной формах.

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения			
		Заочная (семестр)			
		1	2	3	4
1	Двусторонний письменный перевод (первый иностраный язык)		+		
2	Научно-исследовател ьская работа				+
3	Общественно-полит ический перевод			+	
4	Переводческая практика			+	
5	Углубленный курс второго иностранного языка: грамматика		+		
6	Углубленный курс второго иностранного языка: чтение и аудирование	+			

7	Углубленный курс первого иностранного языка: чтение и аудирование	+			
---	---	---	--	--	--

2. Место дисциплины в структуре ОП магистратуры:

Дисциплина «Основы профессиональной коммуникации» относится к обязательной части учебного плана ОП по направлению подготовки 45.04.02 - Лингвистика.

Дисциплина «Основы профессиональной коммуникации» изучается в 3 семестре.

3. Объем и содержание дисциплины

3.1. Объем дисциплины: 3 з.е.

Заочная: 3 з.е.

Вид учебной работы	Заочная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	108
Контактная работа	10
Лабораторные (Лаб. раб.)	10
Самостоятельная работа (СР)	89
Экзамен	9

3.2. Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.		Формы текущего контроля
		Лаб	СР	
		раб.		
		3	3	
3 семестр				
1	Основные понятия профессиональной коммуникации	2	22	Тестирование; Опрос
2	Имидж и репутация в профессиональной коммуникации	3	24	Тестирование; Опрос
3	Переговоры как вид профессиональной коммуникации	2	24	Тестирование; Опрос
4	Конфликт в профессиональной коммуникации	3	19	Тестирование; Опрос

Тема 1. Основные понятия профессиональной коммуникации (ОПК-2)

Лабораторные работы.

What is professional communication?

Professional communication is the process of exchanging ideas, thoughts, opinions, knowledge, and data in workplace so that the message is received and understood with clarity and purpose. When we communicate effectively, both the sender and receiver feel satisfied. Communication occurs in many forms, including verbal and non-verbal, written, visual, and listening. It can occur in person, on the internet (on forums, social media, and websites), over the phone (through apps, calls, and video), or by mail. For communication to be effective, it must be clear, correct, complete, concise, and compassionate. We consider these to be the 5 C's of professional communication.

How to improve your professional communication skills.

Communication, like any other skill, is one you can improve upon with practice. Here are a few ways to start improving your communication skills, whether at home or on the job.

1. Consider your audience.

Who are you communicating with? Make sure you are aware of your audience—those you intend to communicate with may differ from those who actually receive your messages. Knowing your audience can be key to delivering the right messages effectively. Their age, race, ethnicity, gender, marital status, income, education level, subject knowledge, and professional experience can all impact how they'll receive your message.

2. Practice active listening.

Active listening is the practice of giving your full attention in a communication exchange. Some techniques include paying attention to body language, giving encouraging verbal cues, asking questions, and practicing non-judgment. Before executing your communication, be sure to consider your audience and practice active listening to get to the heart of their needs and desires.

3. Make your message as clear as possible.

4. Use the right medium or platform.

Professional communication requires you to consider whether you need to meet in person or if Zoom would suffice. Is your message casual enough to use WhatsApp, or would a formal email be more efficient and thorough? If you are catching up with a friend, do you two prefer to talk on the phone or via old-fashioned letters? Whatever you choose should be intuitive and appropriate for you and your current situation.

Pay attention to your nonverbal skills.

Many people don't realize that nonverbal cues can convey an unintended message to their audience. You may think you're being open, but if your arms are crossed or your back is turned, you're creating a barrier.

Effective nonverbal communication includes: 1) Proper attire 2) Good posture 3) Natural gestures 4) Purposeful movement 5) Appropriate eye contact 6) Energy and enthusiasm.

Developing professionalism and business etiquette skills.

Good manners and a businesslike, professional demeanor are among the top skills. The term professionalism and its synonyms, such as business etiquette or protocol,

soft skills, social intelligence, polish, and civility, all have one element in common.

They describe desirable workplace behavior. Social intelligence points to a deep understanding of culture and life that helps us negotiate interpersonal and social situations. This type of intelligence can be much harder to acquire than simple etiquette. Social intelligence requires us to interact well, be perceptive, show sensitivity toward others, and grasp a situation quickly and accurately. Soft skills are opposed to hard skills, a term for the technical knowledge in your field. The top three soft skills on the managers' wish list are the ability to prioritize work, a positive attitude, and teamwork skills.

The role of professional ethical codes.

Professionals have strong codes of ethics to help guide their work. These are based on moral principles such as honesty, doing no harm, helping people, acting in a fair way, upholding the truth, and honoring commitments.

Задания для самостоятельной работы.

Задания для самостоятельной работы.

Типовые ситуации для диалогов:

1. Discuss the Professional Journalists code of ethics.

The Society of Professional Journalists code of ethics in outline says that the media should:

- Seek the truth

- Act independently
 - Be accountable and transparent. Respond to critics honestly and respectfully. Make corrections when warranted. Admit mistakes.
 - Minimize harm and have compassion for those who may be affected adversely by news coverage;
- These are what we call “prescriptive” (should do) items. There are also “proscriptive” (no, don’t do this) items on the ethics list. These include:
- Don’t lie, plagiarize or misrepresent your work.
 - Don’t be afraid of criticism.
 - Don’t accept gifts, free trips or preferential treatment.
 - Don’t use undercover methods of gathering information unless traditional open methods will not yield information vital to the public.

Тема 2. Имидж и репутация в профессиональной коммуникации (ОПК-4)

Лабораторные работы.

While a brand image is individual and momentary, reputation is the consolidation of several factors over time, including the totality of the image in a collective conception. An image can change in a matter of minutes or hours, while a reputation can take years to build. Image is more of a result of a concerted effort by the advertising; branding and PR. Whereas, reputation is considered to be more of a result of consistent public relations.

The pillars of reputation are seven aspects of the business you will need to take into consideration when building the company’s image.

- Quality – to create a positive reputation, it’s important to show you offer a quality product or service.
- Innovation – customers want to see that you’re doing something different. A fresh approach will set you apart from the competition.
- Company culture – almost every consumer is also an employee of someone else, so they will respect companies that provide for their workers and create positive working conditions.
- Transparency and accountability – customers want to know what happens to their money, who makes their products and where they come from.
- Corporate citizenship – today many consumers believe corporate responsibility extends to social and environmental issues as well. They will support companies that offer sustainable products and give money to charity.
- CEO reputation – when customers don’t interact with representatives, leaders become the personal face of the organisation. A name and a story they can relate to make the company more memorable.
- Accomplishments – customers want to know what you’ve achieved so far, whether you’re a new start-up or a company that’s been in business for a few years. Don’t be shy about sharing the company’s financial growth or the size of the customer base. This will give people confidence in your ability to handle problems and grow the business.

A personal professional image

A positive professional image is essential to a successful career, no matter your age or field. Whether you are looking for a job, starting a new job, or a seasoned workplace veteran, it’s a good idea to learn (or review) the basics of creating a positive professional persona. A professional persona includes four elements:

- Attire and clothing: How you look.
- Body language: How you present yourself.
- Attitude and behavior: How you think and act.
- Conversation and language: How you communicate and engage others.

Your professional image speaks volumes about you and will help you develop and establish a positive reputation. Here are some tips:

1. First impressions are critical. This is especially important for those entering the workforce, interviewing, or starting a new position. People form their first impressions in three seconds. In a flash, they are forming judgments about your competence, your personality, and your values. And once that impression is formed, it is very difficult to change. So be sure your first impression says what you want it to say—namely, that you belong.

2. Look the part.

3. Act the part. You need to exhibit a positive, respectful attitude. You want to be confident but not cocky, polite but not obsequious, friendly but not annoying. Be authentic, polite, and positive. Be your best self.

4. Use positive body language. Your body language is a crucial element of your image. It has to inspire trust, because business is a financial venture, and approachability, because business is conducted through social networks. Creating a professional persona through body language means:

- Carrying yourself confidently.
- Making eye contact when speaking.
- Offering a firm handshake.
- Sitting and standing up straight.
- Using open body language – facing the person speaking, squaring your body directly toward others, without folded arms.
- Smiling and saying hello to people.
- Putting away the iPod. When you listen to your iPod, others may view this as disengagement, and that is not the message you want to send.

Задания для самостоятельной работы.

Задания для самостоятельной работы.

Типовые ситуации для диалогов:

1. Image and self presentation.
2. Reflect on a person who you feel demonstrates a high level of professionalism. With a partner, describe the specific qualities, characteristics, and/or behaviors which convey your selected person's professionalism.

Тема 3. Переговоры как вид профессиональной коммуникации (ОПК-2)

Лабораторные работы.

Negotiation is defined as a discussion among individuals to reach to a conclusion acceptable to one and all. It is a process where people rather than fighting among themselves sit together, evaluate the pros and cons and then come out with an alternative which would be a win win situation for all. Negotiation helps in reducing conflicts and disputes among each other. Negotiation is essential in every walk of life for a peaceful and stress-free living.

Various models of negotiation:

1. Win Win Model - In this model, each and every individual involved in negotiation wins. No body is at loss in this model and every one is benefited out of the negotiation. This is the most accepted model of negotiation.
2. Win Lose Model - In this model one party wins and the other party loses. In such a model, after several rounds of discussions and negotiations, one party benefits while the other party remains dissatisfied.
3. Lose Lose Model - As the name suggests, in this model, the outcome of negotiation is zero. No party is benefited out of this model.
4. RADPAC Model of Negotiation

RADPAC Model of Negotiation is a widely used model of negotiation in corporates.

Let us understand it in detail

Every alphabet in this model signifies something:

- R - Rapport
- A - Analysis
- D - Debate
- P - Propose

A - Agreement

C - Close

R - Rapport: As the name suggests, it signifies the relation between parties involved in negotiation. The parties involved in negotiation ideally should be comfortable with each other and share a good rapport with each other.

A - Analysis: One party must understand the second party well. It is important that the individual understand each other's needs and interest. The shopkeeper must understand the customer's needs and pocket, in the same way the customer mustn't ignore the shopkeeper's profits as well. People must listen to each other attentively.

D - Debate: Nothing can be achieved without discussions. This round includes discussing issues among the parties involved in negotiation. The pros and cons of an idea are evaluated in this round. People debate with each other and each one tries to convince the other. One must not lose his temper in this round but remain calm and composed.

P - Propose: Each individual proposes his best idea in this round. Each one tries his level best to come up with the best possible idea and reach to a conclusion acceptable by all.

A - Agreement: Individuals come to a conclusion at this stage and agree to the best possible alternative.

C - Close: The negotiation is complete and individuals return back satisfied.

Role of Personality in Negotiation.

An impressive personality goes hand in hand with good communication for an effective negotiation. A charming personality is the key to an effective negotiation.

Let us understand how one's personality traits help in an effective negotiation:

1. During negotiations an individual must try to be himself. One should not fake things or pretend to be good. If you are not satisfied with the deal, do not pretend that you are happy. It's better to raise a concern then and there, rather than crib later. Be normal and relax, things will automatically fall into place.
2. It's important to be sincere rather than just being serious. Sincerity is one of the most important personality traits required in negotiation. One has to be sincere for an effective negotiation. Don't take things casually. Go well prepared for your negotiation. For a business deal, try to study everything related to the deal beforehand. The agenda of the negotiation must be very clear to you. Carry all the related documents which you might require at the time of negotiation. Don't go just for the sake of it.
3. Be honest. Don't fake things. During negotiations, honesty plays an important role.
4. Be Patient. It has been observed that impatient individuals are poor negotiators.
5. Be flexible and learn to compromise. It's okay to give priority to one's personal interests but one should not be selfish. If you are the first one to accept something, you will not become unimportant or lose anything, instead the other person would look up to you and both of you will gain whatever you want.
6. One has to trust the second party for a better negotiation. Don't always find faults in others. Not all people are bad; there are people who are really good and helpful. One should not always think that the other person would do harm to him. The second party is there just to do business; he is absolutely not your enemy. Don't just come to the point, start the conversation with a warm smile. If he is wearing a nice shirt, do take the initiative to give him a compliment. Treat him as a friend. One should never be arrogant. He is also representing his company just like you. Order coffee and some snacks. It will help in breaking the ice and strengthening the bond between the two parties. Do remember that one should not be too casual and over friendly.
7. Be professional in your approach. Once your deal is closed, do sign a contract in presence of both the parties. Don't only rely on verbal communication.
8. Enhance your listening skills for a better negotiation. Listen to the other party as well. He might come up with something interesting and beneficial to you as well. One should never underestimate the second party. Be a little tactful and diplomatic. Analyze the situation and respond accordingly.

Negotiation skills.

Negotiation skills are qualities that allow two or more parties to reach a compromise. These are often soft skills and include abilities such as:

1. Communication - To negotiate communication plays vital role, this step helps to understand and explain each others needs/wants.

2. Persuasion
3. Planning
4. Strategizing
5. Cooperating. выделения).

Задания для самостоятельной работы.

Задания для самостоятельной работы.

Типовые ситуации для диалогов:

1. Discuss advantages and disadvantages of each model of negotiation.
2. Discuss soft and hard skills in professional communication.

Тема 4. Конфликт в профессиональной коммуникации (ОПК-4)

Лабораторные работы.

Conflict is the physical or psychological struggle associated with the perception of opposing or incompatible goals, desires, demands, wants, or needs. When incompatible goals, scarce resources, or interference are present, conflict often results, but it doesn't mean the relationship is poor or failing. All relationships progress through times of conflict and collaboration. The way we navigate and negotiate these challenges influences, reinforces, or destroys the relationship. Rather than viewing conflict negatively, view it as an opportunity for clarification and growth.

Types of Conflict.

Conflict can arise for a variety of reasons. There are seven types of conflict:

1. Structural conflict

- Problems with the way a situation is set up (i.e., who is involved, geographical and physical relationships, unequal power and authority, impact of underlying processes, impact of external events). For example, structural reasons for conflict could be things such as difficulty setting times to meet with colleagues who are in different time zones, one person thinks they are "in charge" but other members of the group don't agree, the business processes take a lot of time to implement so it is hard to get things done on time, etc.

2. Relationship conflict

- Relationship conflict may arise from poor communication, stereotyping, misconceptions, and time constraints.

For example, relationship triggers for a conflict could resemble the following scenarios: a couple of group members do not answer emails in a timely way, holding up progress for others; someone assumes that a certain person's disability will prevent them from participating in a project, without asking the person what they feel confident in doing; a supervisor moves up a deadline so that the group is under increasing time pressure, etc.

3. Interaction conflict

- Some people have not developed their skills in interacting with others. This can be a source of conflict, particularly when one's needs are not met by others. Interaction challenges can lead to negative responses such as avoidance and attack.

For example, interaction triggers can occur when a solitary worker is required to work in a team-oriented culture or when a worker doesn't realize that their poor time-management skills are affecting the team's ability to complete a project on time.

4. Values and Identity conflict

- We all have different values and perceptions. When these do not align within a working group, or when they are challenged, they can cause conflict.

For example, values-and-identity triggers can occur when a colleague tells another that their method is "wrong" or when a worker refuses to work on a project because it doesn't align with their personal beliefs (i.e., there is misalignment with the person's political or religious views).

5. Data conflict

- Lack of information, or conflicting information, causes considerable conflict in the workplace.

For example, data triggers can occur in an instance where a manager has told a subordinate what the deliverables of a project are, but another team member has been instructed by a different manager with a different set of goals.

6. Cultural conflict

- Cultural conflict arises when there is misunderstanding of group norms, confusion over language and communication styles, or underlying trust is missing.

For example, cultural triggers can occur when a new employee joins a workplace where the business culture is different from the one she left, or when people from different cultural backgrounds work on the same team but misunderstand meanings because of language barrier.

The Five Phases of Conflict.

When you experience conflict at work, you may notice that there are five distinct stages, as follows:

1. Prelude
2. Triggering Event
3. Initiation
4. Differentiation
5. Resolution.

Conflict Management Styles.

1. Competing

The competing style indicates a high concern for self and a low concern for other. When we compete, we are striving to “win” the conflict, potentially at the expense or “loss” of the other person. One way we may gauge our win is by being granted or taking concessions from the other person.

2. Avoiding

The avoiding style of conflict management often indicates a low concern for self and a low concern for others. In some cultures that emphasize group harmony over individual interests, avoiding a conflict can indicate a high level of concern for others. In general, avoiding doesn’t mean that there is no communication about the conflict. Remember, it is impossible not to communicate. Even if you don’t verbalize your point of view, your actions will show others something about how you are feeling. Even when we try to avoid conflict, we may be giving our feelings away through our verbal and non-verbal communication.

3. Accommodating

The accommodating conflict management style indicates a low concern for self and a high concern for others and is often viewed as passive or submissive, in that one person obliges another without providing personal input. The motivation behind accommodating plays an important role in whether or not it is an appropriate strategy. Generally, we accommodate because we are being generous, we

are obeying, or we are yielding. If we are being generous, we accommodate because we genuinely want to; if we are obeying, we don’t have a choice but to accommodate (perhaps because of the potential for negative consequences or punishment); and if we yield, we may have our own views or goals but give up on them because of fatigue, time constraints, or because a better solution has been offered. Accommodating can be appropriate when there is little chance that our own goals can be achieved, when we don’t have much to lose by accommodating, when we feel we are wrong, or when advocating for our own needs could negatively affect the relationship.

4. Compromising

The compromising style shows a moderate concern for self and others and may indicate low investment in the conflict and/or the relationship. Even though we often hear that the best way to handle a conflict is to compromise, the compromising style isn’t a win-win solution; it is a partial win-lose. In essence, when we compromise, we give up some or most of what we want. It’s true that the conflict gets resolved temporarily, but lingering thoughts of what you gave up could lead to a future conflict. Compromising may be a good strategy when there are time limitations or when prolonging a conflict may lead to relationship deterioration. Compromise may also be good when both parties have equal power or when other resolution strategies have not worked.

5. Collaborating

The collaborating style involves a high degree of concern for self and others, and usually indicates investment in the conflict situation and the relationship. Although the collaborating style takes the most work in terms of communication competence, it ultimately leads to a win-win situation in which neither party has to make concessions because a mutually beneficial solution is discovered or created. The obvious advantage is that both parties are satisfied, which could lead to positive problem solving in the future and strengthen the overall relationship.

Conflict-free communication.

Basis for conflict-free communication. Classification of linguistic means which lead to conflicts.

Задания для самостоятельной работы.

Задания для самостоятельной работы.

Типовые ситуации для диалогов:

1. Case study "Conflict at work".
2. Case study "Personal conflict".

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

Балльно-рейтинговые мероприятия не предусмотрены

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Опрос

Тема 1. Основные понятия профессиональной коммуникации

Устный опрос по изученной теме.

Тема 2. Имидж и репутация в профессиональной коммуникации

Устный опрос по изученной теме.

Тема 3. Переговоры как вид профессиональной коммуникации

Устный опрос по изученной теме.

Тема 4. Конфликт в профессиональной коммуникации

Устный опрос по изученной теме.

Тестирование

Тема 1. Основные понятия профессиональной коммуникации

Тест 1

1. Communication is sharing of information between two or more persons, with continuous ____
a. Efforts b. Feedbacks c. Gestures d. Movements
2. Communication can occur in isolation
a. True b. False
3. Which of the following is not listed amongst the barrier to communication?
a. Physical noise b. Physiological noise c. Psychological noise d. Physically challenged
4. What are the types of communication
a. Verbal communication b. Nonverbal communication c. Both a and b d. None
5. Non-verbal communication cannot be avoided.
a. True b. False
6. What is Jargon?

- a. Name of the individual b. Name of the organization c. Technical term d. Name of the country
- 7. What does “Haptic” refer to?
 - a. Communication through touch b. Communication through words c. Communication through letters d. Communication through emails
- 8. Yellow and Green are associated with negative feelings
 - a. True b. False
- 9. Which of the following is not part of the communication classification?
 - a. Two way face-to-face b. Multiple but not face-to-face c. Two-way non-face-to-face d. One-way non-face-to-face
- 10. Communication between peers is essential for ____ coordination
 - a. Functional b. Organizational c. Managerial d. Statistical
- 11. Shareholders are very important internal stakeholders since they are the ____ of the company
 - a. Managers b. Owners c. Directors d. Union Members

Тема 2. Имидж и репутация в профессиональной коммуникации

Тест 2

- 1. Communication with shareholders can be done through meetings, letters, and/or advertisements.
 - a. True b. False c. None
- 2. Which of the following is/are part of the flow of communication in an organization?
 - a. Upward communication b. Downward communication c. Horizontal communication d. All of above
- 3. ____ communication may be defined as information that flows from subordinates to superiors
 - a. Downward communication b. Upward communication c. Horizontal communication d. None of above
- 4. An advantage of regular downward communication is ____
 - a. It motivates employees b. It gives promotion to employees c. It creates a climate of transparency d. It reduces gaps.
- 5. Hearing and listening are the same.
 - a. True b. False
- 6. The ____ is often interpreted as a lack of understanding or attention.
 - a. Noise b. Silence c. Yawning d. Disturbance
- 7. Close questions may begin with
 - a. What b. Why c. Are d. Where
- 8. What are the types of questions?
 - a. Open-ended questions b. Close-ended questions c. Both d. None
- 9. Which of the following is not a “WH” question?
 - a. How b. Why c. Whom d. Will
- 10. A satisfied customer is the best ____ for any company’s product
 - a. Advertisement b. Message c. Propaganda d. Opportunity
- 11. Writing methodology comprises of how many stages?
 - a. One b. Two c. Three d. Four

Тема 3. Переговоры как вид профессиональной коммуникации

Тест 3

- 1. Which of the following is not part of speech?
 - a. Noun b. Tense c. Verb d. Adverb
- 2. It is better to use the word „interrogate“ rather than “ask”
 - a. True b. False
- 3. Using the passive voice is a technique of ____
 - a. Emphasis b. Ordination c. Subordination d. Grammar
- 4. Readability is determined by

- a. Handwriting b. Length of word/sentence c. Quality of page d. Other factors
- 5. ____ will not replace face-to-face meetings completely.
 - a. Telephone b. Internet c. Video conferencing d. Teleconferencing
- 6. Telephone communication has the advantage of providing immediate feedback.
 - a. True b. False
- 7. Where will you elaborate on the main points in a presentation?
 - a. Introduction b. Body c. Conclusion d. Outline
- 8. Meaningful reading or reading with understanding is considered as ____
 - a. An active process b. A positive strategy c. A positive process d. An active strategy
- 9. What is identified as “looking over a textbook quickly, in order to get a general or superficial idea or the content”?
 - a. Scanning b. Extensive reading c. Skimming d. Intensive reading
- 10. Business letters are used primarily to communicate with ____
 - a. External stakeholders b. Internal stakeholders c. Customers d. Agents
- 11. Which of the following letters inform the buyer or customer about the action that has been taken?
 - a. Claim letters b. Adjustment letters c. Goodwill letters d. Persuasive letters

Тема 4. Конфликт в профессиональной коммуникации

Тест 4

- 1. The ____ of the press release must elaborate on the information contained in the introductory paragraph.
 - a. Introduction b. Conclusion c. Outline d. Body
- 2. Product advertisement is more a public relations activity than a form of advertising
 - a. True b. False
- 3. Business reports must use ____ nouns
 - a. Concrete b. Abstract c. Proper d. Common
- 4. The general ____ of a resume is extremely important.
 - a. Statement b. Length c. Appearance d. Format
- 5. Cover letters can also be used to personalize your qualifications for a specific job.
 - a. True b. False
- 6. ____ includes the background and purpose of the study.
 - a. Body b. Introduction c. Conclusion d. Statement
- 7. ____ is done purely to communicate the organization’s name and logo to the public or consumers.
 - a. Institutional advertising b. Advocacy advertising c. Corporate identify advertising
 - d. Public relations advertising
- 8. Information sharing meetings may take place among co-workers or may also involve top management.
 - a. True b. False
- 9. The items to be discussed are listed in the ____ order of priority in the agenda.
 - a. Ascending b. Alphabetical c. Descending d. Chronological
- 10. ____ enables two parties in different locations to see and speak to each other?
 - a. Telephone b. Teleconferencing c. Messenger chat d. Television
- 11. Communication is the ____ of business
 - a. Life Blood b. Backbone c. Mind d. Hand

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена

Типовые вопросы экзамена (ОПК-2, ОПК-4)

- 1. Формы, нормы и принципы профессиональной коммуникации.
- 2. Вербальная и невербальная коммуникация.
- 3. Имидж и его составляющие в профессиональной коммуникации.

4. Репутация и ее составляющие в профессиональной коммуникации.
5. Характеристика переговоров как вида профессиональной коммуникации.
6. Стратегии и тактики ведения переговоров.
7. Этические принципы профессиональной коммуникации.
8. Психологические приемы влияния на партнера профессиональной коммуникации.
9. Языковые средства манипулятивного воздействия в профессиональной коммуникации.
10. Типология и причины конфликтов в профессиональной коммуникации.
11. Типы конфликтных личностей.

Вопросы экзамена / зачета

1. Professional communication skills.
2. The role of professional ethical codes.
3. A company professional image.
4. A personal professional image.
5. Models of negotiation.
6. Role of personality in negotiation.
7. Types of conflict.
8. Conflict management styles.
9. Conflict-free communication.
10. Self presentation at an interview.
12. Стратегии управления конфликтом.

Типовые задания для экзамена (ОПК-2, ОПК-4)

Темы для подготовки рефератов.

1. Психология личности и стиль профессионального общения.
2. Общие требования делового этикета.
3. Виды и этапы деловых переговоров.
4. Роль переводчика в организации и проведении деловых переговоров.
5. Причины конфликтов в профессиональной коммуникации.
6. Способы предупреждения конфликтов в профессиональной коммуникации.
7. Основы деэскалации или мягкой конфронтации.
8. Специфика «управляемого конфликта».
9. Языковые средства манипулятивного воздействия в профессиональной коммуникации.
10. Особенности национального этикета (страна по выбору студента).

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«отлично»	ОПК-2	Демонстрирует прочные знания основных тенденций развития языкознания; современные научные парадигмы в области филологии и динамику их развития, систему методических принципов и приемов филологического исследования. Знает специфику иноязычной научной картины мира и научного дискурса в русском и изучаемом языках
	ОПК-4	На высоком уровне демонстрирует владение навыками профессиональной коммуникации на 1 изучаемом иностранном языке. Умеет создавать и понимать речевые произведения на изучаемом иностранном языке в устной и письменной формах применительно к официальному, нейтральному и неофициальному регистрам общения

«хорошо»	ОПК-2	Демонстрирует знания основных тенденций развития языкознания; современные научные парадигмы в области филологии и динамику их развития, систему методических принципов и приемов филологического исследования. Знает специфику иноязычной научной картины мира и научного дискурса в русском и изучаемом языках
	ОПК-4	На хорошем уровне демонстрирует владение навыками профессиональной коммуникации на 1 изучаемом иностранном языке. Умеет создавать и понимать речевые произведения на изучаемом иностранном языке в устной и письменной формах применительно к официальному, нейтральному и неофициальному регистрам общения
«удовлетворительно»	ОПК-2	Демонстрирует слабые знания основных тенденций развития языкознания; современных научных парадигм в области филологии и динамику их развития, системы методических принципов и приемов филологического исследования. Плохо знает специфику иноязычной научной картины мира и научного дискурса в русском и изучаемом языках
	ОПК-4	На удовлетворительном уровне демонстрирует владение навыками профессиональной коммуникации на 1 изучаемом иностранном языке. Умеет создавать и понимать речевые произведения на изучаемом иностранном языке в устной и письменной формах применительно к официальному, нейтральному и неофициальному регистрам общения
«неудовлетворительно»	ОПК-2	Демонстрирует слабые знания основных тенденций развития языкознания; современных научных парадигм в области филологии и динамику их развития, системы методических принципов и приемов филологического исследования. Не знает специфику иноязычной научной картины мира и научного дискурса в русском и изучаемом языках
	ОПК-4	Практически не владеет навыками профессиональной коммуникации на 1 изучаемом иностранном языке. Не умеет создавать и понимать речевые произведения на изучаемом иностранном языке в устной и письменной формах применительно к официальному, нейтральному и неофициальному регистрам общения

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Жернакова М. Б. Деловое общение : Учебник и практикум Для СПО. - Москва: Юрайт, 2021. - 370 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/474773>
2. Костерина, Ю. Е., Ласица, М. В., Вязигина, С. Ю. Деловой английский язык = Business English : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Деловой английский язык = Business English. - Омск: Омский государственный технический университет, 2020. - 96 с. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/115417.html>
3. Черемина В.Б., Петрова Ю.А., Гордиенко Д.Я. Деловой английский язык : учебник. - Москва: Флинта, 2021. - 150 с. - Текст : электронный // ЭБС «Консультант студента вуза и медвуза [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN97859765266481021.html>

6.2 Дополнительная литература:

1. Янкина, Н. В. Иноязычная профессиональная коммуникация : практикум. - Весь срок охраны авторского права; Иноязычная профессиональная коммуникация. - Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2016. - 98 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/61361.html>
2. Чащина, И. И., Шило, Е. В. Английский язык. Профессиональная коммуникация в сфере нефтехимического производства : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Английский язык. Профессиональная коммуникация в сфере нефтехимич. - Омск: Омский государственный технический университет, 2020. - 115 с. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/115408.html>
3. Енбаева, Л. В. Практикум по профессионально-ориентированному общению. Профессиональная коммуникация учителя английского языка : учебное электронное пособие. - 2024-01-01; Практикум по профессионально-ориентированному общению. Профессиональная коммуникация учи. - Пермь: Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет, 2013. - 119 с. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/32084.html>

6.3 Иные источники:

1. American National Corpus - <http://www.anc.org/>
2. British National Corpus - <http://www.natcorp.ox.ac.uk>

3. Business and work British Council [- <https://www.businessenglishpod.com/>
4. Английский язык.py - english.language.ru
5. англоязычный словарь сочетаемости Roget's Thesaurus - <http://poets.notredame.ac.jp/Roget>
6. База текстов на английском языке - www.language-to-go.com
7. Библиотека Гумер – гуманитарные науки - <https://www.gumer.info/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

Abby FineReader 10.0

7-Zip 9.20

Google Chrome

Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows "Лаборатория Касперского"

Microsoft Office Enterprise 2007

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Scopus: база данных . – URL: <https://www.scopus.com>
2. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – URL: <https://cyberleninka.ru>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: <https://elibrary.ru>
4. Российская государственная библиотека: официальный сайт. – URL: <https://www.rsl.ru>
5. Российская национальная библиотека: официальный сайт. – URL: <http://nlr.ru>
6. Электронная библиотека ТГУ. – URL: <https://elibrary.tsutmb.ru/>
7. Электронная библиотека РФФИ. – URL: <https://www.rfbr.ru/rffi/ru/library>

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.