

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Вятский государственный университет»
Институт непрерывного образования российских и иностранных граждан



[Signature] Е.Л. Сырцова

«*10*» *сентября* 2018 г.
рег. № 04-04-2018-0159-0384

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
Учебной дисциплины

БИЗНЕС-ПЛАН НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

**для дополнительной профессиональной программы –
программы профессиональной переподготовки
«Деловой английский язык»**

Киров, 2018

Рабочую программу разработал: Ардашева Л.М., старший преподаватель
кафедры иностранных языков неязыковых специальностей ВятГУ

© Вятский государственный университет, 2016

© Л.М. Ардашева, 2016

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Актуальность изучения дисциплины

Процессы глобализации и интеграции в современном мире требуют свободного владения хотя бы одним иностранным языком на уровне, достаточном для решения профессиональных задач. В российских условиях одной из основных сфер применения иностранного языка является поиск и обработка информации как о текущих достижениях в профессиональной сфере специалиста, так и о перспективах развития своей отрасли. Создание нетрадиционных систем функционирования производства, включая частичную или комплексную автоматизацию, разработка инновационных продуктов с новыми свойствами, применение новых подходов к управлению организацией и персоналом в ней, в том числе международными коллективами, необходимость искать источники финансирования для развития крупномасштабного производства и малого бизнеса повышает ценность информации для анализа, полученной из иностранных источников, и коммуникативных умений и навыков на иностранном языке, необходимых для совместного решения производственных задач на международном уровне.

Эти обстоятельства требуют формирования новых подходов к изучению иностранных языков и методик их освоения. В качестве такого подхода используется проблемно-ориентированное обучение и коммуникативный метод.

Цель – изучение фонетических, грамматических, синтаксических, стилистических норм изучаемого языка, необходимого лексического запаса из общеупотребительных слов и профессиональных терминов, развитие коммуникативных навыков применения полученных знаний в деловой, научной и профессиональной среде в устной и письменной формах.

Основные задачи:

- изучение системы грамматических, лексических, стилистических средств иностранного языка, особенностей их функционирования в деловой речи, социально значимых вариантов;
- изучение правил композиции устных высказываний при публичной презентации бизнес-плана и письменных текстов на иностранном языке применительно к составлению бизнес-плана для решения конкретной профессиональной задачи;
- расширение словарного запаса за счёт общетехнических, общенаучных слов, деловой и экономической лексики, профессиональных терминов из различных отраслей знаний;
- развитие навыков свободного владения иностранным языком в различных коммуникативных ситуациях с разным количеством участников в сферах делового и профессионального общения в устной и письменной формах;
- развитие умений дифференцировать и адекватно применять различные стили общения (официальная презентация, полемика, уточнение

информации с помощью вопросов и ответы на них, отчёт, техническая документация, финансовая документация, планы и прогнозы на будущее и т.п.);

- развитие толерантности и эмпатии при общении с представителями других культур с их особенностями мировосприятия, нормами поведения, подходами к ведению бизнеса, интерференцией их родного языка.

Компетенции слушателя, формируемые в результате освоения учебной дисциплины

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты обучения:

Виды деятельности	Профессиональные компетенции	Практический опыт	Умения	Знания
ВД-1, ВД-2	К 1 – способность применять способы достижения эквивалентности в переводе и основные приемы перевода	Владение основными способами достижения эквивалентности в переводе и способностью применять основные приемы перевода	Совершать грамотный перевод эквивалентный перевод	Основные фонетические, лексические, грамматические, словообразовательные явления и закономерности функционирования изучаемого иностранного языка, его функциональные разновидности
ВД-1, ВД-2	К 2 – способность осуществлять письменный перевод с соблюдением норм лексической эквивалентности, соблюдением грамматических, синтаксических и стилистических норм	Владение лексическими, грамматическими, стилистическими и синтаксическими нормами письменного перевода	- Совершать грамотный перевод с соблюдением лексических, грамматических, синтаксических и стилистических норм; - совершать полный письменный перевод текстов, написанных на английском языке, в своей области знаний и смежных областях на русский язык со знанием	Лексические, грамматические, стилистические и синтаксические нормы

			терминологии	
ВД-1, ВД-2	К-4 способность моделировать возможные ситуации общения между представителями различных культур и социумов	Владение способностью управлять и разрешать конфликтные ситуации в сфере межкультурных коммуникаций	Применение тактик разрешения конфликтных ситуаций в сфере межкультурной коммуникации; - выполнение функций посредника в сфере межкультурной коммуникации; - обеспечение межкультурного общения в различных профессиональных сферах	- Способы общения между представителями различных культур и социумов; - тактику разрешения конфликтных ситуаций в сфере

1.2 Содержание учебной дисциплины

Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Форма обучения	Общий объем (трудоемкость) Часов	в том числе аудиторная контактная работа обучающихся с преподавателем, час					Самостоятельная работа, час	Форма промежуточной аттестации
		Всего	Лекции	Практические (семинарские) занятия	Лабораторные занятия	Консультации		
очная	50	20	10	10	-	-	30	экзамен

Тематический план

№ п/п	Основные разделы и темы учебной дисциплины	Часы		Самостоятельная работа
		Лекции	Практические занятия	
1.	Что такое бизнес-план. Общие сведения. Для чего он нужен	1	1	3
2.	Подходы к разработке и краткое содержание бизнес-плана	1	1	3
3.	Описание компании, её стратегии и управления	1	2	6
4.	Описание рынка	2	1	3
5.	Описание продукта или услуги	1	1	3
6.	Объёмы продаж и способы продвижения продукта или услуги	1	1	3
7.	Финансовая информация	1	1	3

8.	Как свести всю информацию, оформить и представить план	1	1	3
9.	Разработка бизнес-плана в целом и его устная презентация	1	1	3
	Итого:	10	10	30

Матрица соотнесения разделов / тем учебной дисциплины / модуля и формируемых в них компетенций

Разделы/темы учебной дисциплины	Количество часов	К-1	К-2	К-4	Общее количество компетенций
1. Что такое бизнес-план. Общие сведения. Для чего он нужен	5	+	+	+	3
2. Подходы к разработке и краткое содержание бизнес-плана	5	+	+	+	3
3. Описание компании, её стратегии и управления	9	+	+	+	3
4. Описание рынка	6	+	+	+	3
5. Описание продукта или услуги	5	+	+	+	3
6. Объёмы продаж и способы продвижения продукта или услуги	5	+	+	+	3
7. Финансовая информация	5	+	+	+	3
8. Как свести всю информацию, оформить и представить план	5	+	+	+	3
9. Разработка бизнес-плана в целом и его устная презентация	5	+	+	+	3
Итого	50				

Краткое содержание учебной дисциплины

ТЕМА 1. Что такое бизнес-план. Общие сведения. Для чего он нужен

Бизнес-план может потребоваться для: инвесторов венчурного капитала и других частных инвесторов, коммерческих банков, возможных партнёров при создании совместных предприятий, крупных заказчиков, поставщиков, дистрибьюторов и кандидатов на руководящие должности в бизнесе.

Основные части бизнес-плана: краткое содержание плана, описание компании, её стратегии и управления, описание рынка, описание продукта или услуги, объёмы продаж и способы продвижения продукта или услуги, финансовая информация.

Необходимость планирования: краткосрочного и долгосрочного. Достижимость целей. План для внешнего использования: банкиров, инвесторов, стратегических альянсов, при поглощении и слиянии фирм, крупных заказчиков и дистрибьюторов. План для внутреннего использования: при планировании развития и изменений в компании, для объективной постановки целей и решения общих задач всеми менеджерами команды

управления, для планирования работы филиалов в соответствии с единой стратегией развития головной фирмы.

Практика перевода образца бизнес-плана с английского языка на русский.
Разработка своего проекта и бизнес-плана к нему.

ТЕМА 2. Подходы к разработке и краткое содержание бизнес-плана

Четыре этапа в разработке бизнес-плана: сбор нужных данных, составление общей структуры плана, определение типа плана, распределение обязанностей.

Необходимые данные: официальное название фирмы, адрес, дата и место регистрации, территории для ведения бизнеса; резюме основателей и главных менеджеров; статистика о рынке, включая его размер, последние тенденции роста, имена основных участников, положительные и отрицательные факторы, влияющие на будущий рост; имена конкурентов и информация о них, включая объёмы продаж, прибыль, подходы к маркетингу и продажам, последние тренды продаж; информация о материалах и рабочей силе; статьи из газет и журналов об этом бизнесе или индустрии; письменные отзывы и другие доказательства удовлетворённости заказчиков продуктом или услугой в прошлом и в настоящее время; имена перспективных заказчиков; основные поставщики и условия сотрудничества с ними; исследование и развитие продукции, включая текущие и планируемые проекты; правовое регулирование и законы, влияющие на бизнес как положительно, так и отрицательно; патенты, авторские свидетельства, торговая марка.

Структура плана включает материал, который нужно в него поместить, в какой последовательности и степень детализации.

Типы бизнес-плана и их назначение: краткий план (10-15 страниц) для новых или успешных компаний, полный план (20-40 страниц) для получения больших объёмов финансирования, рабочий план (более 40 страниц) для высшего руководства компаний.

Распределение обязанностей по составлению плана: снизу вверх, когда каждый менеджер пишет свою часть плана, а руководитель организации обобщает весь материал; сверху вниз, когда руководитель разрабатывает проект плана, а топ менеджеры вносят подробную информацию по своим участкам.

Краткое содержание бизнес-плана (аннотация). Самая важная часть плана. Объём – не более 2-х страниц. Что включить, почему и для чего.

Практика перевода образца аннотации к бизнес-плану с английского языка на русский.

Написание аннотации к своему проекту бизнес-плана на английском языке.

ТЕМА 3. Описание компании, её стратегии и управления

Движущие силы бизнеса. Прошлое, настоящее и будущее фирмы. Когда и

почему была основана. Основные достижения. Изменилась ли сфера деятельности. Недостатки и неудачи. Линейки продукции. Штат сотрудников. Положение в индустрии и на рынке. Цели и задачи. Новые рынки и продукты. Будущее развитие с учётом истории и текущего состояния. Стратегия выражается в виде основных принципов или философии.

Организационная схема компании. Обязанности и ответственность каждого менеджера в команде управления. Как их таланты способствуют реализации общей стратегии. Каких навыков и умений не хватает, где найти нужных людей и как работать временно при их отсутствии. Количество сотрудников. Взаимоотношения с профсоюзами. Пенсионные отчисления и система стимулирования. Краткая информация о каждом из ключевых менеджеров, включая образование, опыт работы, достижения. Подробные резюме можно включить в приложение.

Практика перевода соответствующего раздела из образца бизнес-плана с английского языка на русский.

Разработка данного раздела в своём проекте бизнес-плана на английском языке.

ТЕМА 4. Описание рынка

Какой рынок для вашего продукта или услуги. Конкретная категория покупателей. Объём рынка, сколько юридических лиц или компаний формируют его. Каковы его тренды: рост, стабильность или уменьшение. Конкуренты, их сильные и слабые стороны.

Что мотивирует покупателей. Сегменты рынка. Позиционирование вашего продукта или услуги на рынке. Лидерство в технологии или следование за лидером. Стил менеджмента: медленное и осторожное развитие или агрессивное и рискованное. Философия в основе обслуживания клиентов. Формирование репутации быстрого и надёжного обслуживания. Качество продукта: дорогой качественный продукт или продукт адекватного качества, продаваемый по низкой цене, но с большой долей рынка. Какова будет ваша реакция на выпады конкурентов.

Исследование рынка. Регрессивный анализ. Академические исследования. Сбор данных из средств массовой информации, государственной и отраслевой статистики, из запросов к руководителям, из прошлого опыта работы команды управленцев. Обратная связь с покупателями. Что им нравится или не нравится в вашем продукте или услуге. С какой вероятностью они будут покупать в других условиях и по другим ценам.

Практика перевода соответствующего раздела из образца бизнес-плана с английского языка на русский.

Разработка данного раздела в своём проекте бизнес-плана на английском языке.

ТЕМА 5. Описание продукта или услуги

Чем ваш продукт или услуга отличается от того, что предлагают конкуренты. Доказательства того, что у вас более эффективный и производительный продукт. Основные характеристики продукта и их значение. Возможности производить его, по графику, высокого качества, по расчётной стоимости.

Презентация будущего продукта: фотография, образец, прототип, эскиз или концептуальная диаграмма. Описание технологии производства простыми словами, без использования профессиональных терминов. Подробная техническая информация предъявляется по требованию.

Развитие продукта: необходимость, план, бюджет, задачи и вехи, график их достижения. Передовые или конкурентные технологии, на которые вы опираетесь, их оценка. Куда этот продукт или услуга выведет компанию. Авторские разработки, их защита, патенты. Если их нет, как собираетесь обеспечить секретность разработок до момента выхода на рынок.

Производство: производственные площади, капитальное оборудование, использование своих сил или привлечение подрядчиков, какие важные процессы уже разработаны, есть ли проблемы со снабжением, есть ли детали или материалы, доступные только из одного источника или из-за границы, резервные источники, производственные затраты, их анализ и объём на разных уровнях развития производства.

Контроль качества продукции и последующее обслуживание. Гарантии, на что они распространяются и на какой срок. Как обеспечиваются: своими силами или по подряду.

Правовое регулирование. Перечень или краткое описание основных законов, влияющих на ваш бизнес. Какие действия необходимо предпринять, чтобы ваш продукт или услуга были одобрены для продажи. Какие шаги уже предприняты для страхования производственных помещений, ценного оборудования и другой техники.

Затраты на исследование и развитие продукции: производственные, контроль качества, страхование и прочее.

Практика перевода соответствующего раздела из образца бизнес-плана с английского языка на русский.

Разработка данного раздела в своём проекте бизнес-плана на английском языке.

ТЕМА 6. Объёмы продаж и способы продвижения продукта или услуги

Бизнеса не бывает без продаж. Маркетинг предполагает выявление перспективных заказчиков. Продажи – это усилия, направленные на то, как заставить их купить ваш продукт или услугу.

Методы продажи. Каналы и способы сбыта. Если через независимых дистрибьюторов, то какого типа, в каком количестве. Ожидаемая эффективность продаж. Средний объём заказа. Как он будет оплачиваться: по получении или через какое-то время после выставления счёта. Затраты на

продажи. План продаж. Возможность продаж за границу. Прямые поставки, телемаркетинг, Интернет, через семинары.

Обслуживание продавцов: обучение, снабжение брошюрами, проспектами, демонстрационными моделями, ответами на часто задаваемые вопросы, система стимулирования в денежном и не денежном выражении, чётко структурированная и прозрачная.

Агрессивное продвижение продукта или услуги. Реклама, подход к ней, философия в её основе и программа, отражающая ваше позиционирование на рынке. Через связи с общественностью и средства массовой информации. Через рекламные агентства.

Практика перевода соответствующего раздела из образца бизнес-плана с английского языка на русский.

Разработка данного раздела в своём проекте бизнес-плана на английском языке.

ТЕМА 7. Финансовая информация.

Объём и тип финансовой информации зависит от стадии развития бизнеса и целей бизнес-плана. Финансовые прогнозы помогают выявить потенциальные проблемы и благоприятные возможности задолго до того, как они будут замечены впоследствии.

Потребность в финансировании: сколько, для чего, как вы будете тратить эти средства. Объяснение должно быть основано на финансовых прогнозах. Предусмотрите небольшую гибкость, так чтобы небольшие отклонения от плана не вызвали проблем. Покажите, как финансирование повлияет на структуру капитала или на его формирование. Кто ваши акционеры, их должности в компании, сколько у них акций и по какой цене. Планы на дополнительное финансирование: банковский кредитный лимит, банковский срочный заём и прочее. Отследите задолженность. Высокое соотношение долга к капиталу делает бизнес рискованным. Описание будущих потребностей: когда потребуются следующие финансовые вложения в бизнес, на каком этапе развития. Если будете брать заём, то сколько, и на каких условиях.

Финансовые отчёты. Отражают прошлые результаты развития бизнеса и прогнозы на будущее. Балансовые отчёты, отчёты о доходах, отчёты о движении наличности приводятся за предыдущие три года и их прогнозы на следующие пять лет, последние из двух названных отчётов - ежемесячно на первые два года и поквартально далее, а первый из названных – поквартально за первые два года и на ежегодной основе далее. Вновь созданные компании представляют прогнозы продаж, информацию о затратах на производство, продажу и администрирование, а также о денежных потоках.

Допущения, лежащие в основе прогнозов, должны быть едиными, подкреплены фактами, исследованиями рынка, подробным анализом, прошлыми результатами и отражать положение дел в отрасли. Прогноз должен содержать краткое описание допущений в его основе, как-то: *продажи* поштучно, их рост, начальная цена за штуку и сроки последующих её

изменений или ежемесячный рост цены в процентах в долларовом выражении с обоснованием, отдельно для каждой линейки продуктов и для каждого сегмента рынка; *издержки продаж*, материалы, труд, накладные расходы на изготовление единицы продукта, накладные расходы требуют анализа ежегодных расходов и обычно применяются к себестоимости продукта как процент от прямых трудозатрат, считаются отдельно для каждой линейки продукта; *инвентарь*, необходимый для поддержания прогнозируемого объема продаж, выражается либо как скорость оборачиваемости, либо как производственный цикл; *дебиторская задолженность* выражается либо как средний период получения денег, либо как скорость оборачиваемости денежных средств; *наличность*, включая инвестиции наличными, на прогнозируемый период, достаточно для покрытия непредвиденных расходов на три месяца; *обычные и привилегированные акции*, какое количество выпущено и по какой цене; *инвестиции*, если предполагается выпуск акций, куда вложите свободные деньги и под какой процент; *собственность и её амортизация*, какие активы будете приобретать и когда, метод их амортизации (прямой, уменьшение баланса и т.п.); *займы и выплата процентов по ним*, источники, предполагаемый реальный процент; *кредиторская задолженность*, когда вы планируете оплачивать ваши счета, обычно указывается количество дней, думайте о хорошей кредитной истории; *расходы на маркетинг*, на первые два года нужен подробный план с указанием количества персонала, комиссионных с продаж, выставок-ярмарок, кампаний по продвижению товара, рекламы и затрат на них, в последующие годы эти расходы указываются как процент с продаж; *исследование и развитие продукции*, рассматривается как инвестиции в будущее, продукция с коротким жизненным циклом и большой маржой требует непрерывного обновления и больших затрат на это по соответствующему плану, в противном случае эти затраты указываются как процент от продаж; *общие и административные расходы*, штатное расписание на каждый временной отрезок развития с указанием зарплат, оплаты наёмного труда и других расходов на них, можно указать метод прогнозирования таких расходов; *налоги на доход*, укажите ежегодные налоговые отчисления на федеральном и местном уровне, имеющиеся послабления, применяйте эту налоговую ставку к полному доходу за каждый месяц. Анализ чувствительности: выявите наиболее важные допущения в ваших прогнозах и определите последствия их изменений. При оценке альтернатив просчитайте дополнительное финансирование, а также доход и возврат на инвестиции в конце прогнозируемого периода.

Как эксперты оценивают прогнозы. Считают операционную маржу (общую прибыль и прибыль до вычета налогов), расходы на исследование и развитие продукции, на маркетинг, общие и административные расходы как процент о продаж и сравнивают эти показатели с другими компаниями в вашей отрасли. Управление активами, умение управлять денежными потоками, поступлениями и материально-техническими запасами, прогнозы и коэффициенты должны быть сопоставимы с другими компаниями в вашей отрасли. Оценка компании производится по прогнозируемым заработкам в

конце определённого периода (обычно три-пять лет) и умножением их на соответствующий коэффициент в вашей отрасли (для компьютерных и телекоммуникационных компаний 15 или 25, для потребительского бизнеса от 5 до 10). Эта оценка нужна для национализации или продажи компании, для уверенности инвесторов в стабильности и перспективности бизнеса, чтобы окупить их инвестиции, чтобы определить их долю собственности в компании.

Практика перевода соответствующего раздела из образца бизнес-плана с английского языка на русский.

Разработка данного раздела в своём проекте бизнес-плана на английском языке.

ТЕМА 8. Как свести всю информацию, оформить и представить план

Не ленитесь переписывать. Отложите материал в сторону на неделю или две, затем посмотрите свежим взглядом и сразу увидите несоответствия и проблемы. Попросите посмотреть проект бизнес-плана других руководителей внутри и вне вашей компании, аудиторов, юристов, даже профессиональных редакторов или лингвистов. Не забудьте детали: содержание, нумерацию страниц, приложения с полными резюме менеджеров, образцами рекламы, с письмами от заказчиков, красивую обложку. Ваш план должен выгодно отличаться от других графически и иллюстративно, но не переусердствуйте в этом. Изготовьте достаточное количество экземпляров для каждого потенциального инвестора или кредитора. При разработке ориентируйтесь именно на них. Если хотите получить банковский заём, подчёркивайте кредитную историю, умение и готовность сотрудничать, потоки наличности, дебиторскую задолженность. Если хотите получить инвестиции, сосредоточьтесь на долгосрочных рыночных трендах и других аспектах, влияющих на перспективы роста. Рассмотрите необходимость двух версий плана: для займов и инвестиций или для сторонних лиц и внутреннего использования в компании.

Практика анализа образца бизнес-плана на английском языке.

Разработка и оформление своего проекта бизнес-плана на английском языке.

ТЕМА 9. Разработка бизнес-плана в целом и его устная презентация

Подготовка краткой презентации бизнес-плана на английском языке (15-30 минут) с освещением его основного содержания и описанием команды управления. Структурирование презентации, подготовка слайдов, ответов на возможные вопросы.

2. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

2.1. Методические рекомендации для преподавателя

Выбор методов и средств обучения, образовательных технологий осуществляется преподавателем исходя из необходимости достижения

обучающимися планируемых результатов освоения дисциплины, а также с учетом индивидуальных возможностей обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделить целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

2.2. Методические указания для слушателей

Успешное освоение учебной дисциплины предполагает активное, творческое участие слушателя на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы. Слушатель обязан посещать практические занятия, получать консультации преподавателя и выполнять самостоятельную работу.

Целью практических занятий является проверка уровня понимания слушателями вопросов, рассмотренных на лекциях и в учебной литературе, степени и качества усвоения материала; применение теоретических знаний в реальной практике решения задач; восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса и оказания помощи в его освоении.

Практические занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Конкретные пропорции разных видов работы в группе, а также способы их оценки определяются преподавателем, ведущим занятия.

На практических занятиях под руководством преподавателя слушатели обсуждают дискуссионные вопросы, отвечают на вопросы тестов, закрепляя приобретенные знания, выполняют практические задания и т.п. Для успешного проведения практического занятия слушателям следует тщательно подготовиться.

Регулярно рекомендуется отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

При проведении промежуточной аттестации слушателя учитываются результаты текущей аттестации в течение периода обучения.

Процедура оценивания результатов освоения учебной дисциплины (модуля) осуществляется на основе действующего Положения об организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ВятГУ.

Для приобретения требуемых компетенций, хороших знаний и высокой оценки по дисциплине слушателям необходимо выполнять все виды работ своевременно в течение всего периода обучения.

Самостоятельная работа

Самостоятельная работа слушателей включает изучение материалов учебников, проработку тем, вынесенных на самостоятельное изучение, подготовку к зачету.

3. Учебно-методическое обеспечение учебной дисциплины

Литература

1. Авербух, Константин Яковлевич. Лексические и фразеологические аспекты перевода: учебное пособие / К. Я. Авербух, О. М. Карпова. – М.: Академия, 2009. – 172, [1] с.. – (Высшее профессиональное образование. Иностранные языки). – Библиогр.: с. 141-163.
2. Болотнова, Нина Сергеевна. Коммуникативная стилистика текста: словарь-тезаурус: учебное пособие / Н. С. Болотнова. – М.: Флинта: Наука, 2009. – 381, [1] с.. – Библиогр.: с. 334-382.
3. Мюллер, В. К. Новый англо-русский, русско-английский словарь [Электронный ресурс]: 50 000 слов / В.К. Мюллер. - Москва: Аделант, 2014. - 512 с.
4. Руженцева, Т. С. Лексикология: учебно-практическое пособие [Электронный ресурс] / Руженцева Т. С.. – Москва: Евразийский открытый институт, 2011. – 127 с. Полный текст находится в ЭБС «Университетская библиотека онлайн».
5. Шевелёва, С. А. Грамматика английского языка. Учебное пособие [Электронный ресурс] / Шевелёва С. А.. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 423 с. Полный текст находится в ЭБС «Университетская библиотека онлайн».
6. Шевелёва, С. А. Деловой английский [Электронный ресурс]: учебное пособие / С.А.

Перечень специализированных аудиторий (лабораторий)

Вид занятий	Назначение аудитории
Лекции, практика	Учебная аудитория, оснащенная мультимедийным оборудованием
Самостоятельная работа	Читальные залы библиотеки

Перечень специализированного оборудования

Перечень используемого оборудования
Мультимедиа проектор
Ноутбук
Экран с электроприводом

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по учебной дисциплине

№ п/п	Наименование ПО	Краткая характеристика назначения ПО
1	Office Professional Plus 2013 Russian OLP NL Academic.	Пакет приложений для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных, презентациями
2	Windows 7 Professional and Professional K	Операционная система
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	Антивирусное программное обеспечение

4. Материалы, устанавливающие содержание и порядок проведения промежуточных аттестаций

Форма контроля по дисциплине – экзамен в классической форме по билетам. Каждый билет содержит 1 теоретический вопрос и текст для перевода.

К сдаче экзамена допускаются все слушатели, проходящие обучение на данной ДПП, вне зависимости от результатов текущего контроля успеваемости и посещаемости занятий, при этом, результаты текущего контроля успеваемости могут быть использованы преподавателем при оценке уровня усвоения обучающимися знаний, приобретения умений, навыков и сформированности компетенций в результате изучения учебной дисциплины.

На подготовку к выполнению теста отводится не более 45 минут.

Во время экзамена обучающиеся могут пользоваться рабочей программой учебного курса, а с разрешения экзаменатора – справочниками, картами, таблицами и другими пособиями.

Вопросы к экзамену

1. Why does a businessman need a business plan?
2. If you fill your plan with nothing but a turgid series of facts and figures, will it be good? Why? Give your reasons.
3. How many plans do businesses usually submit?
4. Why is it better if you do the plan yourself?
5. What information is highlighted in the summary of the plan?
6. What assumptions are behind your financial forecasts? Name as many as you remember.
7. How long might be the plan?
8. What is the process of putting the essential information all together in its final form?

Образец задания к экзамену (практическая часть для перевода)

Life can be very chaotic when you are starting or running a small business. The telephone calls to make, the letters to write, the decisions to take – all the day-to-day emergencies can push aside the sort of long-term strategic planning which is essential to keep your enterprise on the right track. Do not let short-term problems divert you from your longer-term objectives.

Writing a business plan is merely encapsulating your longer-term objectives, estimates and forecasts on paper. Once you have put down your plan, do not necessarily accept that it is set in concrete. Forecasts and objectives change as new bits of information and your better experience emerge. The important point is to incorporate your best estimate, given your current state of information. There is nothing like writing something down to help clarify your mind and reveal your uncertainties and weaknesses.