

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Филологический факультет

УТВЕРЖДЕНО:
Декан
И.В. Тубалова

Оценочные материалы по дисциплине

Русский язык в экономике и бизнесе

по направлению подготовки

45.04.01 Филология

Направленность (профиль) подготовки:
Русский язык как иностранный

Форма обучения
Очная

Квалификация
Магистр

Год приема
2025

СОГЛАСОВАНО:
Руководитель ОП
М.М. Угрюмова

Председатель УМК
Ю.А. Тихомирова

Томск – 2025

1. Компетенции и индикаторы их достижения, проверяемые данными оценочными материалами Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ОПК-3 Способен владеть широким спектром методов и приемов филологической работы с различными типами текстов.

ПК-3 Способность моделировать содержание образования и реализовывать образовательный процесс в предметной области в соответствии с уровнем развития современной науки.

ПК-4 Владение навыками подготовки учебно-методических материалов по дисциплинам предметной области.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИОПК-3.1 Демонстрирует углубленные знания в избранной конкретной области филологии и владение характерным для нее спектром методов и приемов филологической работы с различными типами текстов.

ИПК-3.2 Владеет навыками реализации предметного содержания и его адаптации в соответствии с особенностями обучающихся.

ИПК-4.1 Способен создавать учебно-методический продукт в соответствии с дидактическими задачами, методологическими и методическими подходами.

2. Оценочные материалы текущего контроля и критерии оценивания

Элементы текущего контроля:

- тесты;
- контрольная работа;
- аналитическая работа.

Тест (ИОПК-2.2.)

1. Установите соответствия между выражениями с компонентом дело и их значениями.

1) дело десятое	а. без службы
2) не у дел	б. что случилось?
3) между делом	в. в перерывах между главными занятиями
4) в чём дело?	г. это неважно
5) ближе к делу!	д. приглашение вернуться к основному вопросу
6) за дело!	е. действительно
7) на деле	ж. призыв начать или продолжить работу

Ключи: 1 г), 2 а), 3 в), 4 б), 5 д), 6 ж), 7 е).

Критерии оценивания: тест считается пройденным, если обучающий ответил правильно как минимум на половину вопросов.

Контрольная работа (ИУК 1.1, ИПК-3.3)

1. Прочитайте письмо и подпишите каждый элемент его структуры:

1. *Ожидаемые результаты*
2. *Подпись*
3. *Исходящий номер и дата*
4. *Клише для начала письма*
5. *Обращение*
6. *Условия и варианты решения проблемы*
7. *Реквизиты организации*
8. *Постановка проблемы*

Некоммерческая организация «Владимир бизнес-школа»
ул. Большая Московская, 135, г. Владимир, 600015
Телефон: +7 (4922) 54-67-88; факс: +7 (4922) 54-67-89; e-mail: info@vbs.ru

Исх. № 12/14 от 18.05.2014

Директору ООО «Мегалит»
М.В. Судоргину

Уважаемый Михаил Валерьевич!

Согласно результатам нашей встречи, которая состоялась 27.03.2014 года, «Владимирская бизнес-школа» организует отдельную группу по курсу «Менеджерпрофессионал» для сотрудников Вашей компании.

Руководство бизнес-школы приняло во внимание количество сотрудников (10 человек), которые идут на обучение от ООО «Мегалит», и готово предоставить скидку в размере 7 % от общей стоимости обучения.

Оплата счета за обучение сотрудников может производиться в два этапа: 50 % суммы – предоплата, оставшаяся сумма перечисляется равными долями в течение трёх месяцев.

Мы благодарим Вас за выбор нашей школы бизнеса и уверены, что полученные здесь знания станут выгодным инвестированием в будущее Вашей компании.

С уважением, директор «Владимирской бизнес-школы»
В.П.

Голякова

Критерии оценивания:

Результаты контрольной работы определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» выставляется, если все структурные элементы выделены верно.

Оценка «хорошо» выставляется, если допущены две ошибки.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если верно выделено 4 структурных элемента.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если выделено менее 4 элементов.

3. Аналитический обзор (ИПК-3.3).

Ознакомьтесь со статьей:

Формирование социокультурной компетенции инофона в практике обучения русскому языку как средству делового общения // Проблемы преподавания филологических дисциплин иностранным учащимся. Сборник материалов V Международной научно-методической конференции. 2018. С. 267-271. <https://elibrary.ru/item.asp?id=32576144>.

Подготовьте ответы на вопросы:

1. Что такое "социокультурная компетенция"?
2. Какую информацию должны включать фоновые знания в сфере делового общения?
3. Какие материалы можно использовать на занятиях для формирования социокультурной компетенции?

Критерии оценивания: работа считается выполненной, если обучающий ответил на все вопросы.

3. Оценочные материалы итогового контроля (промежуточной аттестации) и критерии оценивания

Экзамен во втором семестре представляет собой итоговую письменную работу с публичным представлением её результатов и защитой. Итоговая работа включает создание элементов сценария урока/фрагмента урока по деловому общению в сфере экономики и бизнеса. Фрагмент занятия должен содержать следующие элементы: теоретическое осмысление заявленной тем, урок / фрагмент урока: тема урока, цель урока, наглядные средства, система упражнений и заданий, методический комментарий к каждому заданию, приложение (если необходимо).

Формат представления: письменный отчет объёмом 5-7 страниц. Отчет должен включать:

- титульный лист;
- введение (обоснование выбора темы, цели и задачи занятия);
- основная часть (подробное описание фрагмента занятия: тема, уровень, цели, задачи, план, материалы, методические приёмы, критерии оценивания);
- приложение (учебные материалы: тексты, упражнения, задания);
- список использованной литературы;
- презентация (по желанию): объем – до 10 слайдов. презентация должна кратко отражать основные аспекты фрагмента занятия.
- защита проекта (10-15 минут): представление и аргументированная защита разработанного фрагмента занятия.

Примеры возможных тем для фрагмента занятия: «Составление резюме и сопроводительного письма на русском языке (уровень А2-В1)», «Ведение деловой переписки (электронные письма) на тему «Заключение договора» (уровень В1-В2)», «Подготовка и проведение презентации продукта/услуги (уровень В2)», «Участие в деловых переговорах на тему "Финансирование проекта" (уровень В2)».

Итоговая работа проверяет ИОПК-3.1, ИПК-3.2, ИПК-4.1

Результаты экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Текущий контроль по дисциплине влияет на промежуточную аттестацию. Оценка «отлично» ставится при выполнении всех заданий текущего контроля, успешной защите итоговой работы, включающей полное представление теоретического осмысления вопроса в рамках выбранной темы и создании методически корректного сценария урока, использовании методически обоснованных приемов, демонстрирующих владение методикой преподавания РКИ, полных и исчерпывающих ответах на дополнительные вопросы экзаменатора и присутствующих на защите.

Оценка «хорошо» ставится при выполнении всех заданий текущего контроля (допускается невыполнение одного задания), успешной защите итоговой работы, включающей представление теоретического осмысления вопроса в рамках выбранной темы на достаточно высоком уровне и создании методически корректного сценария урока, использовании методически обоснованных приемов, демонстрирующих владение методикой преподавания РКИ, допускаются неточности или погрешности в ответе на дополнительные вопросы экзаменатора и присутствующих на защите.

Оценка «удовлетворительно» ставится при выполнении не менее 50% заданий текущего контроля, защите итоговой работы, включающей представление теоретического осмысления вопроса в рамках выбранной темы на высоком уровне, допускается неполнота в освещении теоретических оснований исследования. При создании сценария урока допускается использование 1-2 методически некорректных приемов, допускаются неточности или погрешности в ответе на дополнительные вопросы экзаменатора и присутствующих на защите.

Оценка «неудовлетворительно» ставится при выполнении менее 50% заданий текущего контроля (или их невыполнении), при отсутствии итоговой работы или её выполнении на низком теоретико-методическом уровне.

4. Оценочные материалы для проверки остаточных знаний (сформированности компетенций)

Тест

Выберите нужный союз и поставьте его в предложение на место пропусков.

- 1) Сообщаем вам, (*что, чтобы*) нами разрабатывается процедурная часть переговоров.
- 2) (*В связи с тем, / несмотря на то, что*) срок поставки истекает, мы не получили от вас никаких сведений по отгрузке товара.
- 3) Следует детально разработать этап начала переговоров, (*поэтому, так как*) это во многом определяет их дальнейшую атмосферу и результаты.
- 4) Наше руководство будет готово подписать новое соглашение с вами только (*до того как, после того как*) получит подтверждение финансовой состоятельности вашего предприятия.
- 5) (*Если, когда*) вы не согласны заменить товар, мы будем вынуждены передать дело в арбитраж.

Ключи: 1 что), 2 несмотря на то, что), 3 так как), 4 после того как), 5 если.

Теоретические вопросы:

1. Объясните, в чём заключается основное различие между общением лицом к лицу и общением по телефону. Какие вербальные и невербальные средства важны в каждом из этих случаев? Подтвердите это примерами.

Предполагаемый ответ студента:

В ответе должно быть дано определение двум каналам коммуникации (непосредственному и опосредованному) и выделено ключевое различие — наличие или отсутствие визуального контакта и физической дистанции.

Вербальные средства: в обоих случаях важен выбор лексики. Однако в телефонном разговоре возрастает роль речевых формул привлечения внимания и подтверждения того, что связь установлена (речевой маркер «слушаю», «да-да»).

Невербальные средства:

- *Лицом к лицу:* огромную роль играют мимика, жесты, позы, проксемика (дистанция) и внешний вид (дресс-код).

Пример: улыбка и открытая поза при встрече партнера в офисе помогают установить доверие еще до начала обсуждения контракта.

- *По телефону:* основная нагрузка ложится на паралингвистические средства: тембр голоса, интонация, темп речи, паузация и громкость.

Пример: Слишком быстрая речь по телефону может быть воспринята как нервозность, а долгие паузы — как некомпетентность или обрыв связи.

Примеры: При личной встрече отказ может быть смягчен сочувствующим выражением лица. По телефону же отказ требует более четкой и вежливой вербальной аргументации, так как собеседник не видит ваших эмоций.

2. Этикет делового письма зависит от культуры и языка, на котором осуществляется деловая переписка. В чём отличие этикета делового письма в вашей стране от принятого в России?

3.

Предполагаемый ответ студента:

В ответе должны быть перечислены основные структурные элементы российского делового письма и проведено их сравнение с нормами родной культуры студента (например, китайской, арабской, европейской и т.д.).

Особенности российского письма:

Использование официальных обращений («Уважаемый господин...»), обязательное использование имени и отчества (если известно), строгая структура (дата, номер, заголовок, текст, подпись), использование этикетных рамок («С уважением...», «Надеюсь на плодотворное сотрудничество»).

- Анализ отличий:

- *Степень прямолинейности:* Например, в западной культуре письма часто более прагматичны и коротки, в то время как в восточных культурах (и частично в России) важна преамбула и вежливые формулы.

Формы обращения: Студент должен указать, как обращаются к партнерам в его стране (по фамилии, по должности или с использованием специальных титулов).

- *Стиль изложения:* В России ценится официально-деловой стиль (безличность, использование отглагольных существительных), в то время как в англоязычной переписке допустим более персонализированный подход

- **Вывод:** Студент указывает, что знание этих различий помогает избежать коммуникативных неудач в международном бизнесе.

4. Как вы думаете, какую роль играет название в деятельности, рекламе предприятия (учреждения)? Какие названия лучше — подробные, длинные или короткие, сокращённые? Аргументируйте свой ответ.

Предполагаемый ответ студента:

В ответе должно быть дано определение понятию «эргоним» (название предприятия) и указаны его основные функции: информативная, рекламная и юридическая.

- Роль названия: Название является основой бренда. Оно должно вызывать правильные ассоциации, легко запоминаться и выделять компанию среди конкурентов.

- Сравнение типов названий:

- *Подробные/длинные*: Плюс — точность и информативность. Чаще используются в государственном секторе или науке (например, «Научно-исследовательский институт электротехники»). Минус — плохая запоминаемость и неудобство в рекламе.

- *Короткие/сокращенные (аббревиатуры и нейминг)*: Плюс — лаконичность, динамичность, легкость графического воплощения в логотипе (например, «МТС», «Озон», «Сбер»). Минус — иногда требуют больших затрат на рекламу, чтобы потребитель понял, чем занимается фирма.

- Аргументация: Студент должен обосновать, что выбор зависит от целевой аудитории и сферы бизнеса. Для современных стартапов и массового рынка предпочтительны короткие, звучные названия. Для серьезных промышленных или финансовых структур допустимы более консервативные и развернутые наименования, подчеркивающие статус.

- **Пример:** Сравнение бренда «Вкусно – и точка» (эмоциональное, рекламное) и юридического названия «ООО Система ПБО» (официальное, для документов).

Информация о разработчиках

Дубцова Людмила Андреевна, доцент кафедры русского языка как иностранного