

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Романчук Иван Сергеевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 21.10.2025 17:00:11
Уникальный программный ключ:
6319edc2b582ffda443f01d5779368d0957ac34f5cd074d81181530452479

Приложение к рабочей
программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Наименование дисциплины	<i>Иностранный язык для академических целей</i>
Направление подготовки/Специальность	<i>38.04.02 «Менеджмент»</i>
Направленность (профиль) / Специализация	<i>Смарт-маркетинг: международное развитие бизнеса</i>
Форма обучения	<i>очная</i>
Разработчики	<i>Филистова Н.Ю., доцент (к.н.) Хвесько Т.В., профессор (д.ф.н.) Центра иностранных языков и коммуникативных технологий</i>

1. Темы дисциплины для самостоятельного освоения обучающимися изложены в программе.

2. План самостоятельной работы

№ п/п	Учебные встречи	Виды самостоятельной работы	Форма отчетности/контроля	Количество баллов	Рекомендуемый бюджет времени на выполнение (ак.ч.)
1	2	3	4	5	6
1	Введение в дисциплину «ИЯ для академических целей»	Подготовка к практическому занятию	Выполненные задания	2	1
2	Академическое письмо: академическое письмо как способ коммуникации в науке	Подготовка к практическому занятию	Выполненные задания	2	1
3	Как писать резюме?	Подготовка к практическому занятию	Выполненные задания	2	1
4	Академическое письмо: простые предложения	Подготовка к практическому занятию	Выполненные задания	2	1
5	Участие в научной конференции	Подготовка к практическому занятию	Выполненные задания	2	1
6	Академическое письмо: сложные предложения	Подготовка к практическому занятию	Выполненные задания	2	1
7	Эссе о научном руководителе	Подготовка к круглому столу	Круглый стол	2	2
8	Академическое письмо: абзац как базовый элемент структуры академического текста	Подготовка к практическому занятию	Выполненные задания	2	1
9	Выступление с докладом перед аудиторией	Подготовка к практическому занятию	Выполненные задания	2	1
10	Академическое письмо: виды абзацев	Подготовка к практическому занятию	Выполненные задания	2	1

11	Академическое чтение	Подготовка к практическому занятию	Выполненные задания	2	2
12	Комментарий научного текста	Подготовка к практическому занятию	Выполненные задания	2	1
13	Рефлексия	Подготовка к практическому занятию	Выполненные задания	2	1
14	Академическое письмо: свойства абзаца: связность и логичность	Подготовка к практическому занятию	Выполненные задания	2	1
15	Искусство публичных выступлений	Подготовка к практическому занятию	Выполненные задания	2	1
16	Презентация по дипломной работе	Подготовка к практическому занятию	Выполненные задания	2	1
17	Искусство публичных выступлений	Подготовка к практическому занятию	Выполненные задания	2	1
18	Академическое письмо: эссе как вид академического текста	Подготовка к практическому занятию	Выполненные задания	2	1
19	Академическое чтение	Подготовка к практическому занятию	Выполненные задания	2	2
20	Академическое письмо: виды эссе	Подготовка к практическому занятию	Выполненные задания	2	1
21	Искусство публичных выступлений	Подготовка к практическому занятию	Выполненные задания	2	2
22	Презентация по магистерской диссертации	Подготовка к практическому занятию	Выполненные задания	2	1
23	Аргументация и убеждение	Подготовка к ролевой игре	Ролевая игра	2	4
24	Оформление научной статьи	Подготовка к практическому занятию	Выполненные задания	2	2
25	Аргументация и убеждение	Подготовка к практическому занятию	Презентация	2	2
26	Рефлексия	Подготовка к практическому занятию	Выполненные задания	0	2
27	Итого:			50	36

3. Требования и рекомендации по выполнению самостоятельных работ обучающимися, критерии оценивания.

Подготовка к практическому занятию может включать следующие виды заданий:

- письменные задания;
- подготовка монологических и диалогических высказываний по теме;
- работа с аутентичными текстами;
- работа с терминологическим словарем.

Письменные задания

Выполнение письменных заданий необходимо для формирования иноязычной коммуникативной компетенции. Задания построены с учетом изучаемой лексики и наиболее употребляемых грамматических структур, необходимых для эффективной коммуникации.

Рекомендации по выполнению:

- внимательно ознакомиться с инструкциями к заданию;
- самостоятельность (можно пользоваться ИИ, но грамотно интерпретировать результаты).

Пример письменного задания: *Написание аннотации*

Аннотация должна отражать цель исследования, основное содержание и новизну статьи в сравнении с другими, родственными по тематике и целевому назначению, а также полученные результаты.

Критерии оценивания:

Высший балл выставляется обучающемуся, если коммуникативная цель достигнута в полной мере; четкая структура работы, логичное построение текста; допущено не более одной лексической или грамматической ошибки, приведшей к недопониманию или непониманию текста.

Подготовка монологических и диалогических высказываний по теме

Монологическое и диалогическое высказывание по изученной теме позволяет оценить компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины.

Рекомендации по выполнению:

- изучить лексический материал по изучаемой теме
- составить устное высказывание с учетом индивидуальных возможностей и предпочтений, а именно: не использовать трудные для запоминания и воспроизведения слова, а заменить их известными лексическими единицами;
- четко формулировать основные идеи
- практиковать свои выступления перед зеркалом или записывать себя на видео для анализа.

Критерии оценивания:

Высший балл выставляется обучающемуся, если монологическое высказывание по теме достигло коммуникативной цели, при адекватном подборе лексико-грамматических средств для целей коммуникации, при правильном построении высказываний с учетом социокультурных особенностей стран изучаемого языка; при этом в ответе могут быть допущены недочеты или незначительные ошибки, исправленные обучающимся.

Работа с аутентичными текстами

Работа с аутентичными профессионально ориентированными текстами играет важную роль в изучении иностранного языка для академических и профессиональных целей. Тексты

представляют собой образцы иноязычной коммуникации в обозначенных сферах. Чтение и обсуждение текстов позволяет формировать все необходимые компетенции: обучающиеся расширяют словарный запас, изучают структуру построения текста и отдельного высказывания, учатся взаимодействовать на иностранном языке в профессиональной сфере; анализируют разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия, проявляющееся в специфике подбора речевых средств; знакомятся с профессиональным зарубежным опытом и способом представления его результатов. Работа позволяет оценить полученные знания по теме, самостоятельную работу студента.

Рекомендации по выполнению:

- рекомендуется сначала прочитать текст для общего понимания, а затем для более глубокого анализа;
- читать текст внимательно, выделяя ключевые идеи и понятия. Можно использовать маркеры или подчеркивание;
- целесообразно сконцентрировать внимание на словосочетаниях и грамматических конструкциях, содержащихся в тексте, которые могут быть полезными при обсуждении текста.

Критерии оценивания заданий:

чтение, обсуждение оценивается максимальным количеством баллов при достижении коммуникативной цели, при адекватном подборе лексико-грамматических средств для целей коммуникации, при правильном построении устных и письменных высказываний.

Пример текста и задания к нему.

Adapting international brands to local markets

(прим. в тексте выделена лексика для пополнения терминологического словаря)

Introduction

The Chinese economy **has expanded at an annual rate** of over 8 per cent for the past 30 years. Parallel to this, the Chinese furniture industry **has grown vigorously**, with **annual sales** recently rising by over 20 per cent a year. Legislation to privatise home ownership and rapidly rising income levels have created **unprecedented growth** in the home improvement market. According to estimates from the CreditSuisse group, China will be the world's second largest furniture market by 2014. This demand **has boosted domestic production** and also prompted **international furniture manufacturers** to enter this lucrative market.

IKEA, a Swedish furniture company, was one of the international companies to move into China. It is a major furniture retailer operating in over 40 countries around the world and has annual sales of over 21 billion euros (IKEA website). It entered the Chinese market in 1998 with its first store in Beijing, and sees great potential in the country, having already expanded to ten stores and five distribution centres. Despite this successful growth, IKEA has found itself **facing a number of challenges** in terms of local differences in culture and business practices.

Marketing IKEA in China

Marketing management needs to be largely tailored to local contexts. IKEA has kept this notion in mind when designing **marketing strategies** and trying to **appeal to local customers** while **maintaining profitability**. The company attempts **to find the best possible compromise** between standardisation and adaptation to the local markets. Its product policy pays careful attention to Chinese style and integrates the set of product attributes effectively.

The **store layouts** reflect the floor plan of many Chinese apartments, and since many of these have balconies, the stores include a balcony section. In contrast with traditional Chinese furniture, which is dark with much carving, IKEA introduces a lighter and simpler style. However, **efforts have been made to adapt its products** to Chinese taste. For instance, it **has released a series of products** just before each Chinese New Year. In 2008, the year of the rat,

the series 'Fabler' was designed, using the colour red, which is associated with good luck. Changes were also made to some product ranges. In Sweden, people are used to sleeping in single beds, or to putting two single beds together to form a double bed.

However, this idea was not very well received by Chinese couples, due to the fact that sleeping in separate beds symbolises a poor relationship and is believed to bring bad luck. In addition, Chinese brand names should have positive connotations. The Chinese name of IKEA (Yi Jia) means 'comfortable home', which gives the company **a useful advantage in the market**.

An important feature of a retailer is the services it offers. The Shanghai store, for instance, has a children's playground and a large restaurant, which make it distinctive. However, Chinese consumers expect free delivery and installation, and although IKEA **has reduced its charges** for these, it still compares unfavourably with its **competitors**.

Price

When the company first entered China its **target market** was couples with an income of 5–8,000 Rmb per month. Following **steady price reductions** this has now been lowered to families with just over 3,000 Rmb. Various strategies have been adopted to achieve these reductions; the most effective being to source locally. 70 per cent of its products sold in China are now made in the country. Furthermore, IKEA replaced its thick, annual catalogue with thinner brochures which now appear five times a year. These not only cut printing costs but also give greater flexibility **to adjust prices**.

Accessibility is also an important issue for the Chinese market. In most countries IKEA stores are sited near main roads, but as only 20 per cent of likely customers own cars in China, easy access to public transport is vital.

Advertising plays an important role in **the total promotional mix**. IKEA uses advertising effectively, with adverts in the local newspapers to keep customers informed of special offers. All TV commercials are produced locally with Chinese characters. Public relations is also vital to **building a good corporate image**. In China, IKEA co-operates with the Worldwide Fund for Nature (WWF) on forest projects. The company insists on using **environmentally friendly** and recyclable materials for the packaging of their products, as part of their efforts to build a good corporate image.

Discussion and conclusion

IKEA's product policy in China has been to successfully standardise products as much as possible, but also customise as much as needed. But it has learned that **service is also vital**: free delivery and installation are the perceived rules in the local market which it needs to follow. It has further found that it is better to locate in a downtown area, easily accessible with public transport, when free delivery is not provided.

International companies which operate in China, such as IKEA, **face more complicated marketing decisions** than local companies. They must become **culture-conscious** and thoroughly research local requirements rather than simply introduce a standard model of business.

(Bailey S. Academic Writing: A Handbook for International Students. Routledge, 2011. P. 260-263)

1. What has IKEA done to adapt to the Chinese market?
2. Give examples of problems the company has faced in this market.

Работа с терминологическим словарем

Составление терминологического словаря способствует углублению знания в определенной области и развитию навыков работы с профессиональной лексикой.

Рекомендации по выполнению:

- составить список терминов, которые встречаются в изучаемом материале (не менее 15 слов по каждой изученной теме). Обратите внимание на частоту их использования;
- учитывайте контекст, в котором используется термин;
- можно упорядочить термины в алфавитном порядке для удобства поиска или сгруппировать термины по темам и категориям.

Критерии оценивания:

Обучающийся должен овладеть более 70% лексики из терминологического словаря.

Круглый стол по теме: «Молодой исследователь»

Круглый стол в обучении ИЯ - одна из форм взаимодействия, которая позволяет обучающимся активно включиться в процесс обучения, развивает навыки общения и критического мышления.

Рекомендации по выполнению:

- подобрать материалы по теме (статьи, видео, подкасты);
- систематизировать полученный материал;
- составить систему аргументации, утверждения и отрицания тезиса;
- подготовить вопросы.

Критерии оценивания:

- умение аргументировать свою точку зрения;
- обсуждение в ходе дискуссии одной-двух проблемных, острых ситуаций по данной теме;
- иллюстрация мнений с использованием различных наглядных материалов (схемы, диаграммы, графики, аудио-, видеозаписи, фото-, кинодокументы);
- подготовка основных выступающих (не ограничиваться докладами, обзорами, а высказывать свое мнение, доказательства, аргументы).

Ролевая игра «Для чего нужна степень магистра»

Ролевые игры - это эффективный метод обучения ИЯ, который позволяет обучающимся активно практиковать язык в контексте реальных ситуаций. Ролевая игра помогает не только улучшить языковые навыки студентов, но и развить их социальные и профессиональные качества.

Рекомендации по выполнению:

- подобрать предметное содержание общения;
- обеспечивают содержательную сторону общения иноязычными лексическими и грамматическими ресурсами;
- продумывать стратегию речевого и неречевого поведения.

Критерии оценивания:

- умение аргументировать свою точку зрения;
- умение анализировать и решать поставленную задачу;
- содержательный компонент (полнота ответа, нестандартность подхода, толерантность к другим точкам зрения);
- презентация ответа предполагает контекстуальное, лексико-грамматическое соответствие с соблюдением норм речевого этикета в общении с аудиторией.

Подготовка к презентации

Устное сообщение с использованием мультимедийных средств требует большой подготовительной работы, которая включает несколько этапов: выбор темы, сбор материала и его организация, подготовка плана, написание текста выступления и т.д.

При подготовке необходимо учитывать следующие критерии:

Содержание. Устное сообщение включает материалы, имеющие непосредственное отношение к теме. Тема должна быть не абстрактной, а ясной и понятной для слушателей, точной и лаконичной. Более того, тема раскрыта, если освещены все выбранные аспекты, приведено достаточное количество нужных фактов и примеров. Выбор научной темы соответствует направлению магистерской программы, обоснование актуальности и практической значимости темы коррелирует с проблемными вопросами науки и практики; степень информативности достаточная, доказательность и достоверность представленных результатов подтверждена аргументами, примерами и фактами. Объем высказывания (количество предложений, время выступления) должен соответствовать уровню обучения (сообщает преподаватель, руководствуясь РПД).

Структура. Любое выступление имеет простую структуру: введение, основная часть, заключение. Рекомендуется начинать любое выступление с приветствия и представления себя или команды. После представления необходимо сообщить аудитории тему и цель сообщения. Вступление должно также содержать краткое описание того, о чем будет говориться в основной части. Основная часть выступления призвана передать участникам необходимый объем информации, требующейся для достижения его цели, включает от двух до четырех частей, пунктов. На рисунке 1 приведен примерный план выступления. Заключение включает напоминание о цели сообщения и переход к дискуссии.

Введение
Приветствие Представление Тема/цель/основные части
Основная часть 2-4 пункта
Заключение Напоминание о цели, переход к дискуссии

Рисунок 1. План выступления.

Языковое оформление. Выступающий должен свободно владеть материалом, рассказывать, а не зачитывать текст сообщения. Составные части выступления должны быть логически связаны друг с другом, для этого рекомендуется использовать разнообразные средства логической связи (слова-связки). Рекомендуется использовать разнообразные грамматические структуры и лексику в соответствии с тематикой и уровнем обучения. Фонетические ошибки допускаются, но они не должны препятствовать излагаемой информации.

Интерактивный контакт докладчика с демонстрационным материалом и аудиторией. Устное сообщение с использованием мультимедийных средств предполагает взаимодействие докладчика с демонстрационным материалом, слайдами: обращает внимание аудитории на них, комментирует схемы, таблицы, рисунки и т.п. В конце выступления напоминает о цели сообщения и благодарит за внимание, переходит к дискуссии и отвечает на вопросы аудитории.

Требования к оформлению мультимедийной презентации

Мультимедийная презентация – это демонстрационные материалы для публичного выступления, устного сообщения. Электронная презентация – это файл, в который собраны материалы выступления, подготовленные в виде компьютерных слайдов. Иллюстративный материал слайдов презентации должен быть современным и актуальным, решать задачи сообщения.

- Первый слайд содержит название презентации, ее автора, контактную информацию автора. Слайд 2 включает Содержание - план презентации, основные разделы,

пункты или вопросы, которые будут рассмотрены. Каждый последующий слайд имеет заголовок.

- Текст: на одном слайде должно быть не более 7-10 строк. Слова и предложения – короткие, временная форма глаголов – одинаковая. Следует избегать перепечатывания текста доклада.
- Количество слайдов зависит от количества главных идей презентации (пример: 1 главная идея может быть проиллюстрирована не более 1-3 слайдами). В общем случае объем презентации должен быть менее 8-10 слайдов.
- Графические объекты должны быть оптимизированными, четкими и с хорошим разрешением; необходимость и тип анимации должен быть логически увязан со структурой доклада.
- Цветовая схема презентации должна быть одинаковой на всех слайдах, не более двух цветов на одном слайде.
- Размер шрифта должен быть довольно крупный. Рекомендуются рубленые шрифты (например, различные варианты Arial или Tahoma). Не рекомендуется смешивать разные шрифты.

4. Рекомендации по самоподготовке к промежуточной аттестации по дисциплине.

В рамках данной дисциплины в качестве промежуточной аттестации предусмотрен зачет в 1 семестре.

Содержание зачета:

- Собеседование по пройденным темам;
- Предоставление отчетности по выполнению программных заданий в устной/письменной форме;
- Написание эссе (250-300 слов).

Рекомендации по подготовке к презентации указаны выше.

Объем и количество программных заданий согласовывается с преподавателем в зависимости от изучаемого уровня иностранного языка.