

Паспорт и программа формирования компетенции

Направление 45.04.02 «Лингвистика»

Магистерская программа «Иностранные языки и межкультурная коммуникация в сфере бизнеса и менеджмента»

1. Паспорт компетенции

1.1. Формулировка компетенции

Выпускник, освоивший основную профессиональную образовательную программу, должен обладать компетенцией:

УК-4	способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
-------------	--

1.2. Место компетенции в совокупном ожидаемом результате обучения

Компетенция относится к блоку универсальных компетенций и является обязательной для всех выпускников в соответствии с требованиями ОПОП.

1.3. Структура компетенции

Структура компетенции в терминах «знать», «уметь», «владеть»

знать

- основные положения риторики как науки;
- особенности ораторских речей разных видов и жанров;
- приемы управления вниманием аудитории;
- этические нормы ораторского искусства;
- основные характеристики академической речи;
- современную теоретическую концепцию культуры речи, орфоэпические, акцентологические, грамматические, лексические нормы русского литературного языка;
- характерные особенности построения коммуникативной стороны делового общения в современной русскоязычной бизнес-среде;
- разговорные формулы этикета профессионального общения, приемы структурирования научного дискурса;
- основные понятия МКК (гипотеза лингвистической относительности, типология культур, низкоконтекстные и высококонтекстные культуры, переключение и смешение кодов, межкультурная компетенция и ее составляющие);
- определение понятия "языковая картина мира" и средства ее языкового выражения;
- понятие культурного смысла; средства выражения культурных смыслов (топонимы, антропонимы, наименования реальных объектов, названия фирм, книг, фильмов и т. д.);
- определение понятий "фоновые знания", "пресуппозиции", "прецедентные тексты";
- определение понятия "этика" и этические проблемы в межкультурной коммуникации;
- иноязычную профессиональную лексику, культуру делового общения;
- грамматические нормы изучаемого языка;
- реалии общественно-политической жизни страны;
- национально-культурную специфику языковых явлений, традиции страны изучаемого языка;
- правила речевого поведения в типичных ситуациях учебно-профессионального, повседневно-бытового и социально-культурного общения;
- понятие и виды рынков, конкурентоспособности, модели конкуренции организаций,

принципы и методы ситуационного анализа, концепции сбыта и маркетинга;

- такие механизмы как: изучение потребителей, сегментация рынка, основные факторы повышения эффективности производства: техника, технология, организация производства, прибыль предприятия, качество продукции;
- такие виды стратегий как: завоевания или расширения доли рынка инноваций; дифференциации продукции; альтернативные стратегии: матрица «продукт-рынок» и матрица «рост-рыночная доля»;
- понятие программы маркетинговой стратегии, принципы построения программ, виды программ маркетинговой стратегии, сложности применения разработанных программ на практике и причины сложностей, факторы, влияющие на содержание программы;

уметь

- производить риторический анализ своей и чужой речи;
- выстраивать план выступления соответственно его содержанию;
- составлять тексты разных жанров с учётом целей общения;
- применять аргументацию при выступлении с убеждающей речью;
- составлять тексты устных и письменных жанров научной речи;
- использовать русский язык в профессиональной деятельности;
- логически верно организовывать устную и письменную речь;
- понимать общее содержание сложных текстов на абстрактные и конкретные темы, в том числе узкоспециальные тексты;
- использовать понятийный аппарат теоретической и прикладной лингвистики, лингводидактики, теории межкультурной коммуникации для решения профессиональных задач;
- анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия;
- выявлять культурные смыслы в тексте с учетом теоретических знаний, полученных в процессе изучения межкультурной коммуникации;
- выявлять этические проблемы в процессе профессиональной деятельности;
- аргументировано выражать своё мнение, обсуждать профессиональные проблемы; писать деловые письма, резюме, сообщения по электронной почте;
- читать аутентичные тексты по профильной тематике;
- излагать и обосновывать собственную точку зрения;
- обобщать и комбинировать информативный материал с опорой на прочитанный/прослушанный текст;
- продуцировать самостоятельное монологическое высказывание по теме;
- ориентироваться в различных ситуациях общения и реализовывать коммуникативные намерения;
- применять методы маркетинговой стратегии: опрос, экспертные методы, метод фокус-группы, наблюдение, эксперимент, панель и др.;
- применять критерии выбора правильной стратегии маркетинга, основные маркетинговые цели, показатели установления целей маркетингового исследования;
- анализировать преимущества и недостатки маркетинговых стратегий, потенциал предприятия: ресурсы, цели, обязательства;
- структурировать мероприятия программы маркетинговой стратегии;

владеть

- приёмами публичного выступления;
- навыками построения связной речи;
- навыками выступления перед аудиторией с речами разных видов и жанров;
- навыками ведения дискуссии;
- навыками анализа, написания и редактирования академических текстов;
- техникой деловой речевой коммуникации, опираясь на современное состояние языковой культуры;
- навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на русском языке по профессиональной проблематике;

- иностранным языком как средством межкультурной и межнациональной коммуникации в научной сфере; навыками самостоятельной работы над языком, в том числе с использованием информационных технологий; подготовленной, а также неподготовленной монологической речью в виде резюме, сообщения, доклада; навыками подготовки научных публикаций и выступлений на научных семинарах; навыками выступлений на научно-тематических конференциях;
- ключевыми теоретическими понятиями межкультурной коммуникации; – навыками сопоставления и "состыковки" картин мира в разных лингвокультурах;
- осуществлять межъязыковое и межкультурное взаимодействие с носителями изучаемого языка в соответствии с правилами и традициями межкультурного профессионального общения в сфере бизнеса и менеджмента, правилами речевого общения в иноязычном социуме;
- навыками делового письма на иностранном языке;
- лексическим запасом в соответствии с профессиональной сферой общения;
- коммуникативными навыками в условиях русской языковой среды;
- основными логическими методами расположения информации в устном и письменном текстах;
- основными коммуникативными грамматическими структурами;
- техникой чтения текстов разных функциональных стилей;
- анализом хозяйственного и продуктового портфелей; ситуационным анализом, анализом влияния выбранной стратегии на уровень прибыльности и возможности генерировать наличные деньги;
- критериями и показателями оценки эффективности маркетинговой стратегии, факторами, влияющими на изменение стратегии;
- понятием бюджета маркетинговой стратегии, источниками формирования бюджета, статьями расходов, методами: финансирования «от возможностей», «финансированного процента», «ориентации на конкурента», «максимальных расходов», «соответствия целям и задачам», «учета программы маркетинга».

1.4. Планируемые уровни сформированности компетенции

№ п/п	Уровни сформированности компетенции	Основные признаки уровня
1	Пороговый (базовый) уровень (обязательный по отношению ко всем выпускникам к моменту завершения ими обучения по ООП)	Владеет основными правилами и закономерностями личной и деловой устной и письменной коммуникации, современными коммуникативными технологиями на русском и иностранном языках, имеет представление о существующих филологических сообществах для профессионального взаимодействия и межкультурного общения.
2	Повышенный (продвинутый) уровень (превосходит «пороговый (базовый) уровень» по одному или нескольким существенным признакам)	Способен применять на практике коммуникативные технологии, методы и способы делового общения для академического и профессионального взаимодействия. Демонстрирует способность к логичному и адекватному изложению своей точки зрения о воспринятом (устном или письменном) материале. Демонстрирует интегративные умения, необходимые для реферирования различных академических текстов (рефератов, эссе, обзоров, статей и т.д.). Умеет использовать сеть интернет и социальные сети в процессе учебной и академической профессиональной коммуникации.
3	Высокий (превосходный) уровень	Свободно владеет жанрами письменной и устной коммуникации в академической сфере, в том числе в

	(превосходит пороговый уровень по всем существенным признакам, предполагает максимально возможную выраженность компетенции)	условиях межкультурного взаимодействия, методикой межличностного делового общения на русском и иностранном языках, с применением профессиональных языковых форм, средств и современных коммуникативных технологий. Демонстрирует интегративные умения, необходимые для эффективного участия в академических и профессиональных дискуссиях.
--	---	--

2. Программа формирования компетенции

2.1. Содержание, формы и методы формирования компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Содержание образования в терминах «знать», «уметь», «владеть»	Формы и методы
1	Академическая риторика	знать: – основные положения риторики как науки – особенности ораторских речей разных видов и жанров – приемы управления вниманием аудитории – этические нормы ораторского искусства – основные характеристики академической речи уметь: – производить риторический анализ своей и чужой речи – выстраивать план выступления соответственно его содержанию – составлять тексты разных жанров с учётом целей общения – применять аргументацию при выступлении с убеждающей речью – составлять тексты устных и письменных жанров научной речи владеть: – приёмами публичного выступления – навыками построения связной речи – навыками выступления перед аудиторией с речами разных видов и жанров – навыками ведения дискуссии – навыками анализа, написания и редактирования академических текстов	лекции, лабораторные работы
2	Деловой русский язык	знать:	лабораторные

		– современную теоретическую концепцию культуры речи, орфоэпические, акцентологические, грамматические, лексические нормы русского литературного языка – характерные особенности построения коммуникативной стороны делового общения в современной русскоязычной бизнес-среде – разговорные формулы этикета профессионального общения, приемы структурирования научного дискурса - уметь: – использовать русский язык в профессиональной деятельности – логически верно организовывать устную и письменную речь – понимать общее содержание сложных текстов на абстрактные и конкретные темы, в том числе узкоспециальные тексты - владеть: – техникой деловой речевой коммуникации, опираясь на современное состояние языковой культуры – навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на русском языке по профессиональной проблематике – иностранным языком как средством межкультурной и межнациональной коммуникации в научной сфере; навыками самостоятельной работы над языком, в том числе с использованием информационных технологий; подготовленной, а также неподготовленной монологической речью в виде резюме, сообщения, доклада; навыками подготовки научных публикаций и выступлений на научных семинарах; навыками выступлений на научно-тематических конференциях	работы
3	Межкультурная деловая	знать:	лекции,

	коммуникация в сфере бизнеса и менеджмента	– – основные понятия МКК (гипотеза лингвистической относительности, типология культур, низкоконтекстные и высококонтекстные культуры, переключение и смешение кодов, межкультурная компетенция и ее составляющие); – определение понятия "языковая картина мира" и средства ее языкового выражения; – понятие культурного смысла; средства выражения культурных смыслов (топонимы, антропонимы, наименования реальных, названия фирм, книг, фильмов и т. д.); определение понятий "фоновые знания", "пресуппозиции", "прецедентные тексты" – – определение понятия "этика" и этические проблемы в межкультурной коммуникации уметь: – – использовать понятийный аппарат теоретической и прикладной лингвистики, лингводидактики, теории межкультурной коммуникации для решения профессиональных задач; – анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия; – выявлять культурные смыслы в тексте с учетом теоретических знаний, полученных в процессе изучения межкультурной коммуникации – – выявлять этические проблемы в процессе профессиональной деятельности владеть: – – ключевыми теоретическими понятиями межкультурной коммуникации; – навыками сопоставления и "состыковки" картин мира в разных лингвокультурах – – осуществлять межъязыковое и межкультурное взаимодействие с носителями изучаемого языка в соответствии с правилами и традициями межкультурного профессионального общения в	практические занятия
--	---	--	-----------------------------

		сфере бизнеса и менеджмента, правилами речевого общения в иноязычном социуме	
4	Практический курс второго иностранного языка	знать: – иноязычную профессиональную лексику, культуру делового общения уметь: – аргументировано выражать своё мнение, обсуждать профессиональные проблемы; писать деловые письма, резюме, сообщения по электронной почте – читать аутентичные тексты по профильной тематике владеть: – навыками делового письма на иностранном языке – лексическим запасом в соответствии с профессиональной сферой общения	лабораторные работы, экзамен
5	Практический курс первого иностранного языка	знать: – грамматические нормы изучаемого языка – реалии общественно-политической жизни страны – национально-культурную специфику языковых явлений, традиции страны изучаемого языка – правила речевого поведения в типичных ситуациях учебно-профессионального, повседневно-бытового и социально-культурного общения уметь: – излагать и обосновывать собственную точку зрения – обобщать и комбинировать информативный материал с опорой на прочитанный/прослушанный текст – продуцировать самостоятельное монологическое высказывание по теме – ориентироваться в различных ситуациях общения и реализовывать коммуникативные намерения владеть: – коммуникативными навыками в условиях русской языковой	лабораторные работы, экзамен

		среды – основными логическими методами расположения информации в устном и письменном текстах – основными коммуникативными грамматическими структурами – техникой чтения текстов разных функциональных стилей	
6	Профессиональная коммуникация в гипермедиа формате	???	лабораторные работы
7	Маркетинговые стратегии	знать: – понятие и виды рынков, конкурентоспособности, модели конкуренции организаций, принципы и методы ситуационного анализа, концепции сбыта и маркетинга – такие механизмы как: изучение потребителей, сегментация рынка, основные факторы повышения эффективности производства: техника, технология, организация производства, прибыль предприятия, качество продукции – такие виды стратегий как: завоевания или расширения доли рынка инноваций; дифференциации продукции; альтернативные стратегии: матрица «продукт-рынок» и матрица «рост-рыночная доля» – понятие программы маркетинговой стратегии, принципы построения программ, виды программ маркетинговой стратегии, сложности применения разработанных программ на практике и причины сложностей, факторы, влияющие на содержание программы уметь: – применять методы маркетинговой стратегии: опрос, экспертные методы, метод фокус-группы, наблюдение, эксперимент, панель и др – применять критерии выбора правильной стратегии маркетинга, основные маркетинговые цели, показатели установления целей	лекции, практические занятия

		маркетингового исследования – – анализировать преимущества и недостатки маркетинговых стратегий, потенциал предприятия: ресурсы, цели, обязательства – структурировать мероприятия программы маркетинговой стратегии владеть: – анализом хозяйственного и продуктового портфелей; ситуационным анализом, анализом влияния выбранной стратегии на уровень прибыльности и возможности генерировать наличные деньги – критериями и показателями оценки эффективности маркетинговой стратегии, факторами, влияющими на изменение стратегии – понятием бюджета маркетинговой стратегии, источниками формирования бюджета, статьями расходов, методами: финансирования «от возможностей», «финансированного процента», «ориентации на конкурента», «максимальных расходов», «соответствия целям и задачам», «учета программы маркетинга»	
--	--	---	--

2.2. Календарный график формирования компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Семестры									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Академическая риторика		+								
2	Деловой русский язык	+	+	+	+						
3	Межкультурная деловая коммуникация в сфере бизнеса и менеджмента			+							
4	Практический курс второго иностранного языка	+	+	+	+						
5	Практический курс первого иностранного языка	+	+	+	+						
6	Профессиональная коммуникация в гипермедиа формате	+									

7	Маркетинговые стратегии				+						
---	-------------------------	--	--	--	---	--	--	--	--	--	--

2.3. Матрица оценки сформированности компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Оценочные средства и формы оценки
1	Академическая риторика	Работа на лабораторных занятиях. Контрольная работа. Зачет.
2	Деловой русский язык	Посещение лабораторных занятий и выполнение заданий. Аттестация с оценкой. Экзамен.
3	Межкультурная деловая коммуникация в сфере бизнеса и менеджмента	Присутствие на занятиях. Наличие конспекта. Глоссарий. Промежуточное тестирование. Зачет.
4	Практический курс второго иностранного языка	Выполнение заданий лабораторных занятий. Контрольная работа. Экзамен.
5	Практический курс первого иностранного языка	Выполнение заданий лабораторных занятий. Участие в дискуссиях. Контрольная работа. Экзамен.
6	Профессиональная коммуникация в гипермедиа формате	???
7	Маркетинговые стратегии	Проверочные работы на практических занятиях. Формирование маркетинговых стратегий на примере конкретных ситуаций. Реферат. Зачет.