

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
для проведения текущей и промежуточной аттестации

по учебной дисциплине (модулю)

**«Деловой иностранный язык»**

для направления подготовки/специальности  
44.03.05 Педагогическое образование

Направленность программы: Иностранные языки (английский и немецкий языки)

# 1. Описание показателей (дескрипторов) и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Контроль качества освоения дисциплины (модуля) включает в себя текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся проводятся в целях установления соответствия достижений обучающихся поэтапным требованиям образовательной программы к результатам обучения и формирования компетенций.

Компетенции	Показатели* (дескрипторы)	Критерии в соответствии с уровнем освоения ОП			Оценочное средство (промежуточная аттестация)
		пороговый (удовлетворительно) 55-69 баллов	стандартный (хорошо) 70-84 балла	эталонный (отлично) 85-100 баллов	
УК- 4 (4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4.7)	Знать	основные определения понятий и терминов делового английского языка в рамках изучаемого материала.	структуру делового письма и особенности стиля официальных и неофициальных писем. Основные правила написания резюме, делового письма.	основные правила создания письменного текста реферативного характера, терминологию и культуру мышления в деловой сфере.	Устный опрос, зачет
	Уметь	самостоятельно расширять и углублять полученные знания, пользуясь различными источниками информации.	работать с деловой документацией и справочными материалами тематической направленности.	поддерживать беседу по деловой тематике, учитывая особенности межличностного и межкультурного общения.	
	Владеть	навыками перевода деловой корреспонденции с английского языка на русский и с русского на английский.	навыками грамотно писать, логично излагать мысли и оформлять электронные письма, вести деловую корреспонденцию.	навыками организации и проведения деловых встреч, форумов, презентаций с использованием навыков делового английского языка.	

## Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

### 2.1. Критерии и шкалы оценивания результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости

Текущий контроль предназначен для проверки хода и качества формирования компетенций, стимулирования учебной работы обучаемых и совершенствования методики освоения новых знаний. Он обеспечивается проведением семинаров, оцениванием контрольных заданий, проверкой конспектов лекций, выполнением индивидуальных и творческих заданий, периодическим опросом обучающихся на занятиях. Контролируемые разделы (темы) дисциплины (модуля), компетенции и оценочные средства представлены в таблице.

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (модуля)	Код контролируемой компетенции и/или индикаторы компетенции	Наименование оценочного средства
1	Management (Менеджмент) Managerial skills. Business Etiquette and Dress Code.	УК-4.1	презентация тестирование перевод текста
	The Main Leadership Styles.	УК-4.2	
2	Marketing (Маркетинг) Marketing Today.	УК-4.3	тестирование рекламный ролик
	Advertizing.	УК-4.4	
3	Business Cooperation (Деловое сотрудничество). Joint Ventures.	УК-4.5	тестирование круглый стол
	Skills of Negotiating.	УК-4.6	
4	Business Correspondence (Деловая корреспонденция)	УК-4.7	контрольный перевод делового текста
	Business Letters. Business contracts.	УК-4.7	

### Критерии и шкала оценивания презентаций

#### Раздел 1. Business Dress Code. Business Etiquette.

Оценка	Название критерия	Оцениваемые параметры
«зачтено»	Тема презентации	Соответствие темы программе учебного предмета, раздела
	Дидактические и методические цели и задачи презентации	Соответствие целей поставленной теме Достижение поставленных целей и задач
	Выделение основных идей презентации	Соответствие целям и задачам Содержание умозаключений Вызывают ли интерес у аудитории Количество (рекомендуется для запоминания аудиторией не более 4-5)
	Содержание	Достоверная информация об исторических справках и текущих событиях Все заключения подтверждены достоверными источниками

	Язык изложения материала понятен аудитории Актуальность, точность и полезность содержания
Подбор информации для создания проекта – презентации	Графические иллюстрации для презентации Статистика Диаграммы и графики Экспертные оценки Ресурсы Интернет Примеры Сравнения Цитаты и т.д.
Подача материала проекта – презентации	Хронология Приоритет Тематическая последовательность Структура по принципу «проблема-решение»
Логика и переходы во время проекта – презентации	От вступления к основной части От одной основной идеи (части) к другой От одного слайда к другому Гиперссылки
Заключение	Яркое высказывание - переход к заключению Повторение основных целей и задач выступления Выводы Подведение итогов Короткое и запоминающееся высказывание в конце
Дизайн презентации	Шрифт (читаемость) Корректно ли выбран цвет (фона, шрифта, заголовков) Элементы анимации
Техническая часть	Грамматика Подходящий словарь Наличие ошибок правописания и опечаток
«не зачтено»	Выполнение менее 60% оцениваемых параметров

### Критерии и шкала оценивания тестирования

**Раздел 1.** Test. Would You Make a Good Manager?

**Раздел 2.** Test. Marketing.

**Раздел 3.** Test. General Business.

Оценка	Критерий оценки
«зачтено»	Выполнение более 60% тестовых заданий
«не зачтено»	Выполнение менее 60% тестовых заданий

### Примерные темы для проведения круглого стола

**Раздел 3.** 1. Переговоры с зарубежными партнёрами о создании совместного предприятия.

2. Особенности ведения семейного бизнеса: плюсы и минусы.

Оценка	Критерий оценки
«зачтено»	Обучающийся полно излагает изученный материал, даёт правильное определение понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал

	последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
«не зачтено»	Обучающийся обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала, допускает ошибки в формулировке материала.

### Критерии и шкала оценивания индивидуальных творческих заданий

#### Раздел 2. Подготовка рекламного видеоролика на английском языке.

Оценка	Критерий оценки
«зачтено»	Обучающийся правильно выполнил индивидуальное творческое задание. Показал отличные владения навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала.
«не зачтено»	При выполнении индивидуального творческого задания студент продемонстрировал недостаточный уровень владения умениями и навыками при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. Допущено множество неточностей.

### Критерии и шкала оценивания (контрольного) перевода текста

#### Раздел 1. Business Dress-Code.

Management In Education.

#### Раздел 4. Business Letters.

Оценка	Критерий оценки
«зачтено»	При оформлении письменного перевода делового текста обучающийся сохранил структуру оригинального текста (заголовки, подзаголовки, абзацы), его графические особенности. Перевод эквивалентен и в необходимых случаях осуществлена прагматическая адаптация. Коммуникативная задача выполнена. Соблюдены нормы переводящего языка. Терминология использована правильно и единообразно.
«не зачтено»	При выполнении письменного перевода делового текста студент не сохранил структуру оригинального текста. Проявил недостаточный уровень владения навыками адекватного эквивалентного перевода. Прагматическая адаптация использована слабо. Допущены фактические ошибки, потеря информации, стилистические погрешности.

## 2.2. Критерии и шкалы оценивания результатов обучения при проведении промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация предназначена для определения уровня освоения всего объема учебной дисциплины (модуля). Для оценивания результатов обучения при проведении промежуточной аттестации используется 4-балльная шкала.

#### Основные виды систем оценивания

Европейская	100-балльная	4-балльная	2-балльная
A	94-100	отлично	
A-	90-94		
B+	85-89		

B	80-84	хорошо	зачтено
B-	75-79		
C+	70-74		
C	65-69	удовлетворительно	
C-	60-64		
D	55-59		
F	50-54	неудовлетворительно	не зачтено

### 3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

#### 3.1. Оценочные средства текущего контроля успеваемости

##### Раздел 1. Перевод слайдов презентации «Дресс-код делового человека»

###### Слайд 1. Дресс код делового человека

Дресс-код – форма одежды, требуемая при посещении определенных мероприятий или для работы в конкретной фирме.

###### Слайд 2. Правила этикета для делового человека

- Деловой этикет – это установленный порядок поведения в сфере бизнеса и деловых контактов.
- Этикет является одним из главных «орудий» формирования имиджа.
- Хорошие манеры прибыльны.

###### Слайд 3. Из чего же складывается первое впечатление?

- Каналов получения информации всего три и вот как они распределяются:
- 55% невербальный (внешний вид, манера поведения, жестикация и мимика).
- 38% вокальный (тон голоса, манера разговора).
- 7% вербальный (то, ЧТО мы говорим).

Наш внешний вид несет основной поток информации о нас.

Неудачно подобранный имидж разрушает ваши замыслы.

###### Слайд 4. Корпоративный дресс-код может быть представлен разными стилями:

- Свободный стиль – сотрудники решают сами, в чём приходиться на работу.
- Casual (неформальный стиль) – удобная и практичная повседневная одежда, разрешаются джинсы и пуловеры, пиджаки без галстуков.
- Деловой стиль – формальные костюмы строгого покроя и расцветок, обязательные галстуки для мужчин, минимум аксессуаров, скромные украшения. В последние годы популярными стали послабления, допускаемые в деловом стиле по пятницам Free Friday или Casual Friday: тем, у кого не запланированы встречи с клиентами, разрешается одеваться более свободно;
- Униформа – все сотрудники одеваются в специально разработанную фирменную одежду.

### **Слайд 5. Как должен выглядеть деловой мужчина?**

- солидным и уверенным в себе;
- деловым и привлекательным;
- порядочным, внушающим доверие;
- не без претензии на элегантность.

### **Слайд 6. Внешний вид делового человека**

- Костюм – визитная карточка делового человека.
- Аккуратность и подтянутость в одежде часто ассоциируются с организованностью в работе, с умением ценить своё и чужое время.  
Расхлябанность – синоним суетливости, забывчивости.

### **Слайд 7. Офисная мода тоталитарна**

- Человек, для которого бизнес – серьёзная работа, учитывает все нюансы, способствующие успеху.
- Уверенную походку, выразительные жесты, доброжелательную улыбку и другие невербальные сигналы преуспевающего делового человека окружающие воспринимают как должное.

### *Примерные темы для проведения круглого стола*

### **Раздел 3. 1). Переговоры с зарубежными партнёрами о создании совместного предприятия. Основные правила делового этикета во время переговоров.**

Для более четкой аргументации по указанному предмету, используйте текст “Business Negotiation Etiquette”.

#### **Business Negotiation Etiquette**

Business negotiations can be a tricky balancing act. You don't want to push so hard that you unintentionally drive business away, but you also don't want to come on so soft that you appear to lack confidence and fortitude. Landing projects and finalizing business contracts takes a fair amount of gusto. By following proper workplace negotiation etiquette, you avoid stepping on toes and keep goals in perspective so you don't over commit or overpay.

#### **1. Stay Genuine and Respectful**

Keep a respectful attitude toward investors and business contacts, regardless of whether you're able to solidify a deal. This is the No. 1 rule of etiquette. Even though negotiation might require you to firmly state your position or valiantly persuade others to support your goals, it's not time to jest, ridicule, complain, attack or belittle. When you negotiate, you're not just selling a product, promoting an idea or marketing your services -- you're selling yourself. You want investors and potential partners to see you as a sincere, honest, and likable person who is approachable and easy to work with. Express sincere gratitude, stay humble and don't beg for financial resources. The goal is to prove that not only are your products valuable, but your skills, passions and expertise are worth the investment.

#### **2. Be Patient and Listen**

Take time to listen. You might feel like you're on the hot seat -- especially if your boss says you're on the line to make the negotiations work – but don't rush the process. If you don't take time to listen to other viewpoints, goals and intentions, you might make wrong assumptions. Ask questions, such as "What are you hoping to get out of these negotiations" or "How do you think our company can help you meet your goals?" Take time to listen, even if it tests your patience. You'll likely learn something important in the process that could help you finalize a win-win contract.

### **3. Stick to Your Bottom Line**

Always know your bottom line before entering business negotiations. Otherwise, you'll waste everyone's time if you have to terminate the meeting to rethink your options. Plus, you don't want to get swept away in the process and overbid or oversell. You want to make financial decisions, including offers and counter offers, based on realistic numbers, not emotions, suggests marketing expert Jerry Jao in a 2013 "Forbes" article. For example, if you're trying to get a business loan or financial support from investors, be honest about how long it will take you to pay back the funds. Or, if you're trying to buy out a competitor, offer a fair market value and stick to it.

### **4. Know When to Back Down**

Be polite and back down if negotiations become heated. Angry words and threats damage the negotiation process and often force business associates to respond defensively. Business negotiation etiquette always trumps ugly deal-making. Try to re-establish common ground, review similar goals, and avoid being competitive or argumentative. The main objective of business negotiation is to find solutions that satisfy both parties. No one wants to feel like he got the raw end of the deal. Don't offer ultimatums or try to trap the other party in a corner. You'll come across as unprofessional. If you've approached negotiations from every angle and no resolution is in sight, be prepared to walk away with your head held high.

### **5. Observe International Business Etiquette**

Research cultural norms before engaging in international negotiations. Most countries have specific guidelines that govern business negotiations, and you don't want to risk offending anyone. For example, in negotiations with Chinese associates, rank is extremely important. Your senior staff members should always sit across from senior-level Chinese associates. Only the senior Chinese negotiator will speak, so you may want to appoint one person from your team to do most -- if not all -- of the talking. In China, being late for a meeting is seen as disrespectful and insulting. When working with French business associates, stick to a rigid agenda but retain a welcoming tone. Expect probing questions and follow up with intellectual details to support your proposal. Be clear, concise and well-prepared to earn respect.

**2). Особенности ведения семейного бизнеса: плюсы и минусы.** Для аргументации своей позиции, используйте информацию текстов 1-2.

### **Text 1. Family Business**

Family business is the oldest and most common model of economic organization. The vast majority of businesses throughout the world – from corner shops to multinational publicly listed organizations with hundreds of thousands of employees – can be considered family businesses. Based on research of the Forbes 400 richest Americans, 44% of the Forbes 400 member fortunes were derived by being a member of or in association with a family business.

The economic prevalence and importance of this kind of business are often underestimated. Throughout most of the 20th century, academics and economists were intrigued by a newer, “improved” model: large publicly traded companies run in an apparently rational, bureaucratic manner by well trained “organization men.” Entrepreneurial and family firms, with their specific management models and complicated psychological processes, often fell short by comparison. Privately owned or family controlled enterprises are not always easy to study. In many cases, they are not subject to financial reporting requirements, and little information is made public about financial performance. Ownership may be distributed through trusts or holding companies, and family members themselves may not be fully informed about the ownership structure of their enterprise. However, as the 21st-century global economic model replaces the old industrial model, government policy makers, economists, and academics turn to entrepreneurial and family enterprises as a prime source of wealth creation and employment. In some countries, many of the largest publicly listed firms are family-owned. A firm is said to be family-owned if a person is the controlling shareholder; that is, a person (rather than a state, corporation, management trust, or mutual fund) can garner enough shares to assure at least 20% of the voting rights and the highest

percentage of voting rights in comparison to other shareholders. Some of the world's largest family-run businesses are Walmart (United States), Samsung Group (Korea), Tata Group (India) and Foxconn (Taiwan).

The "Global Family Business Index" comprises the largest 500 family firms around the globe. In this index – published for a first time in 2015 by Center for Family Business University of St. Gallen and EY – for a privately held firm, a firm is classified as a family firm in case a family controls more than 50% of the voting rights. For a publicly listed firm, a firm is classified as a family firm in case the family holds at least 32% of the voting rights.

Family owned businesses account for over 30% of companies with sales over \$1 billion. In a family business, two or more members within the management team are drawn from the owning family. Family businesses can have owners who are not family members. Family businesses may also be managed by individuals who are not members of the family. However, family members are often involved in the operations of their family business in some capacity and, in smaller companies, usually one or more family members are the senior officers and managers. In India, many businesses that are now public companies were once family businesses.

Family participation as managers and/or owners of a business can strengthen the company because family members are often loyal and dedicated to the family enterprise. However, family participation as managers and/or owners of a business can present unique problems because the dynamics of the family system and the dynamics of the business systems are often not in balance.

## **Text 2. Problems of Family Business**

The interests of a family member may not be aligned with the interest of the business. For example, if a family member wants to be president but is not as competent as a non-family member, the personal interest of the family member and the well being of the business may be in conflict.

Or, the interests of the entire family may not be balanced with the interests of their business. For example, if a family needs its business to distribute funds for living expenses and retirement but the business requires those to stay competitive, the interests of the entire family and the business are not aligned.

Finally, the interest of one family member may not be aligned with another family member. For example, a family member who is an owner may want to sell the business to maximize their return, but a family member who is an owner and also a manager may want to keep the company because it represents their career and they want their children to have the opportunity to work in the company

## **Примерные тестовые задания по дисциплине**

### **Раздел 1. Тест. Management**

#### **Test yourself. Would you make a good manager?**

**1. If there's an unpleasant job at work that has to be done, I would**

- a do it myself.
- b give it as punishment to someone who's been goofing off.
- c hesitate to ask a lower-level employee to do it.
- d ask someone to do it.

**2. If my boss criticizes me, I would**

- a feel bad.
- b show the boss where he or she is wrong.

- c try to learn from the criticism.
- d apologize for being stupid.

**3. If the employee wasn't working out, I would**

- a give him or her room to make a big mistake.
- b do everything I could to help the employee.
- c put off firing the employee as long as possible.
- d get rid of the employee as quickly as possible if the person isn't any good.

**4. If my salary increase wasn't as large as I thought it should be, I would**

- a tell the boss in no uncertain terms what to do with it.
- b keep quiet.
- c say nothing but show my dissatisfaction to the boss in some other ways.
- d ask the boss why it wasn't larger.

**5. If a lower-level employee continued to ignore instructions after I have told the person for the third time, I would**

- a try to give him or her something else to do.
- b keep telling the employee until the job was done right.
- c tell the employee that if he or she doesn't do the job right the next time, there won't be a next time.
- d try to explain what I want in a different way.

**6. If the boss rejected a good idea of mine, I would**

- a ask why.
- b walk away and feel bad.
- c try to bring up the idea again, later.
- d think about joining the competition.

**7. If a co-worker criticizes me, I would**

- a give the co-worker back twice the dose he or she gave me.
- b avoid the co-worker in the future.
- c try to determine whether the criticism had merit.
- d worry that the co-worker didn't like me.

**8. If someone told a joke that I didn't understand, I would**

- a laugh with the rest of the group.
- b tell the person that it was a lousy joke.
- c tell the person that I didn't understand.
- d feel stupid.

**9. If someone points a mistake I've made, I would**

- a sometimes deny it.
- b feel very guilty.
- c figure it's only human to make mistakes now and then.
- d dislike the person.

**10. If someone working for me were to foul up a job I would**

- a blow up.
- b hate to tell him or her about it.
- c discuss with that person the proper way to do the job and hope that he or she would do it right the next time.
- d not give the person the job again.

**11. If I had to talk to a top executive, I**

- a could't look the person in the eye.
- b would feel uncomfortable.
- c would get a little nervous.
- d would enjoy the interchange.

**12. If a lower-level employee asked me for a favour I would**

- a sometimes grant it, sometimes not.
- b feel uncomfortable if I didn't grant it.
- c never grant any favours if I could help it so I wouldn't set a bad precedent.
- d always give in.

How did you rate? Give yourself a point for selecting the following answers:

1	a	5	d	9	c
2	c	6	a	10	c
3	b	7	c	11	d
4	d	8	c	12	A
Here's how to score your potential as a manager:					
10-12	excellent		6-7	Fair	
8-9	good		6 or less	poor	

**Раздел 2. Test. Marketing**

**Choose the best word to fit the gap.**

1. The company will be \_\_\_\_\_ a new range of health foods over the next few months.
- a promoting
  - c competing



chat

2. What do you do? I work \_\_\_\_\_.

by advertising

in advertising

advertising

3. " \_\_\_\_\_ " is a common way of saying "functions or features".

Functionality

Flavor

Scope

4. A \_\_\_\_\_ is an outside company with whom your company has a business relationship.

bender

vendor

lender

5. IBM provides a variety of networking \_\_\_\_\_ for its clients.

salutes

solvents

solutions

6. If you own a lot of stock in a company, you are considered one of its major \_\_\_\_\_.

share keepers

share takers

shareholders

7. In business, \_\_\_\_\_ is either a period when some kind of machinery isn't working, or a slow period.

downtime

down period

sleep time

8. One of our corporate objectives is to develop \_\_\_\_\_ relationships with key customers.

static

strategic

strategy

9. You have to be less competitive and more \_\_\_\_\_.

cooperating

cooperation

cooperative

10. Our goal is to provide customers with high-quality products at \_\_\_\_\_ prices.

competitive

complete

competent

## 1.2. Оценочные средства промежуточной аттестации

*Перечень теоретических вопросов (для оценки знаний на зачете):*

### I. Management

1. Explain the origin and the meaning of the term “Management”
2. Why management is universally necessary and important in any organization?
3. Characterize the main set of managers’ functions: planning, organizing, directing and controlling.
4. Describe the main principles of management in education.
5. Tell about managerial skills, such as technical, human (oral and written communication), and conceptual.
6. Characterize the main leadership styles (autocratic, democratic, laissez-faire). Present the advantages and disadvantages of each leadership style.
7. Name the most important traits of leaders’ character (both positive and negative).
8. Tell about business dress code. Why is it so important for a successful businessman/woman?
9. Describe the rules how to dress for work and interviews. Speak on the symbols in business clothes.
10. Make a report on the role of management in your life.

### II. Marketing

11. Speak of marketing as a new science.
12. Characterize the basic principles of marketing and its importance in the development of national economy.
13. Explain why in this fast-changing world, competitors catch up more quickly than ever.
14. Try to prove that preferences that customers have for this or that product work nowadays for shorter and shorter periods.
15. Do you agree that choice makes marketing work? Why? Give your own examples.
16. There is a well-known statement that multiple choice for the customer is the motor that drives the marketing vehicle. If you agree with this statement, try to prove it.
17. Speak on the importance of marketing research and marketing strategy.
18. Explain the meaning of the term marketing mix (the 4 p’s). Describe the elements of a marketing mix (product, price, promotion, placement).
19. Speak on 3 more elements of a marketing mix: people, process, physical evidence (the 7 p’s).
20. Tell about the main rules of making a TV commercial (advertising).

### III. Joint Ventures

21. Describe what a joint venture is. Name its characteristic features.

22. Explain the meaning of the terms self-supporting and self-financing.
23. Do you agree that a foreign partner may repatriate his share of profit abroad?
24. Speak on the advantages of setting a joint venture in Russia. Does it help 1. To attract foreign technology and foreign management experience? 2. To satisfy the requirements for the domestic market? 3. To improve the export base of Russia and reduce irrational imports by means of import substitution.
25. Describe the main steps of the application procedure to set up a joint venture.
26. What do we call “Foundation documents”?
27. Speak on the formation of a J.V.’s funds (authorized fund, reserve fund, research and development fund) and the purpose of each of them.
28. Tell about the rules of profits’ distribution among partners and legal status of a J.V.
28. Speak on the art and skills of negotiations. What is necessary to know to be a success?
30. Describe a range of tactics, which can help to conduct negotiations.

*Перечень типовых практических заданий (для оценки навыков и (или) опыта деятельности):*

#### **Раздел 4. Контрольная работа.**

**Перевод текста “What Is Educational Management”? на русский язык.**

##### **Meaning:**

While Education is the provision of a series of learning experiences to students in order to impart knowledge, values, attitudes and skills with the ultimate aim of making them productive members of society, Educational Management is the process of planning, organising, directing and controlling the activities of an institution by utilising human and material resources so as to effectively and efficiently accomplish functions of teaching, extension work and research.

##### **Nature and Scope:**

The National Policies on Education concentrates on human resource development through education. Education, therefore, must have more relevant curricula, be dynamic, and empower students to bring about desirable social changes while preserving the desirable aspects of our existing culture. The national developmental goals require the professional management of education to bring about the effective and efficient functioning of educational institutions.

**The scope of Educational Management is wide and includes** the history and theories of management science, roles and responsibilities of an educational manager along with the requisite managerial skills. Educational Management focuses on: the study of theories of management science which define and describe the roles and responsibilities of the educational manager and the development of managerial skills; the study of educational planning at macro levels, its goals, principles, approaches and processes and on institutional planning and educational administration at the micro level; decision making, problem solving, communication, information management and effective team building. Planning of curricular and co-curricular activities, curriculum and academic calendar Maintenance of school records, evaluation of students’ achievement Effective allocation of financial resources and the planning of the budgets of institutions.

**Educational Management aims at:** Achieving an institution’s objectives.

Improving the processes of planning, organising and implementing within the institution. Creating, enhancing and maintaining a positive public image of the institution. Optimal utilisation of human

resources (administrators, non-teaching staff, teaching staff and students).

Enhancing the efficiency and effectiveness of infrastructure.

Enabling job satisfaction.

Creating and maintaining a congenial and cohesive atmosphere

Managing interpersonal conflicts.

Improving interpersonal communication.

Building a relationship with the community.

**The functions of Educational Management** are largely based on Henry Fayol's Principles of Management. These functions can be encapsulated into the following 5 functions:

**1. Planning:** is the process of setting objectives and determining the actions in order to achieve them. Planning is anticipatory in nature and sets priorities. It is proactive rather than passive. Planning asks the following questions: What? When? Where? By whom? How? while following a series of steps:

Defining Objectives (setting objectives or goals). Determining the current status with respect to the objectives (being aware of opportunities). Determining planning premises (analysing the situation for external factors and forecasting future trends; generation of future scenarios). Identifying alternative (best alternative to accomplish the objectives). Choosing an alternative (selecting the course of action to be pursued). Formulating support plans (arranging for human and material resources). Implementing the plan (action stage which also involves evaluation).

**2. Organising:** is the process of combining the work which individuals or groups have to perform with facilities necessary for its execution such that the duties performed provide the best channels for efficient, systematic, positive and co-ordinated application of available effort. Organising is characterised by: Division of work or specialisation: Activities are assigned to different people who are specialists in that area, for specialisation improves efficiency. Orientation towards goals: it harmonises the individual goals of employees with the overall goals of the institution. Composition of individuals and groups: individuals are grouped into departments and their work is coordinated and directed towards organisational goals. Differentiated functions: the entire work is divided and assigned to individuals so that the organisation's objectives are achieved. While each individual performs a different task, each one also coordinates with the tasks of others. Continuous process: groups of people with defined relationships with each other work together to achieve the goals of the organisation. These relationships do not end once the task is completed. Delegation of authority: the levels of hierarchy are determined and the span of control is determined via formal relationships. Establishing a communication channel: for effective decision making, coordination, control, supervision and feedback, motivation and redressing problems or grievances encountered.

**3. Directing:** is the art or process of influencing people such that they willingly strive to achieve group goals. It focuses on the development of willingness to work with zeal and confidence, provides adequate guidelines to complete the task, and motivates individuals to achieve goals in a coordinated manner. It also focuses on exercising leadership while determining responsibility and accountability.

**4. Controlling:** involves measuring and monitoring performance in accordance with plans and taking corrective action when required. It establishes performance standards based on the objectives, measures and reports actual performance compares the two and takes corrective or preventive action as necessary. Thus controlling indicates the quantum of goals achieved, the extent of deviation from actual plans, generates accurate information and requisite feedback. Thus controlling focuses upon the difference between planned and actual performance. Controlling is especially concerned with the areas of Institutional Budget (finance in terms of income and expenditure), Institutional Supplies (stationery and material equipment), Library (maintenance and up gradation), Teaching-learning Process, Accounts and School Records and Discipline (staff and students).

**5. Evaluating:** is the process of measuring and assessing the achievement of objectives while providing an insight into strengths and weaknesses and planning for future endeavours. Evaluation helps determine the effectiveness of plans for both administrators and other people like teachers, staff, students and parents, as also the extended community. It seeks to document the objectives that have been met and to provide information to all concerned stakeholders regarding achievement, obstacles and corrective action or improvements. Thus evaluation focuses upon Process (how is the plan being carried out), Outcome (achievement of objectives), and Impact (effect of the plans initiated). In an educational setting, evaluation of the following areas is carried out, namely, Goals and Objectives Content: Selection, Validity, Relevance, Appropriateness Processes: teacher activities, pupil activities, instructional material, teaching methods Outcome: Assessment and Feedback).

### **Перевод текста «Общие правила ведения деловой корреспонденции» на английский язык.**

1. До составления письма определитесь с его характеристиками:
  - тип письма (сопроводительное, гарантийное, заказ, напоминание, извещение, и т. д.; презентационное письмо или предполагающее ответ);
  - степень доступности для адресата (сможете ли вы изложить все необходимые моменты в одном письме или потребуется второе, уточняющее);
  - срочность доставки (если письмо срочное, лучше оправить его заказным либо по электронной почте).
2. Оформляйте письмо по существующим шаблонам, исходя из его типа, а так же опирайтесь на ГОСТ Р 6.30-2003. «Унифицированные системы документации. Унифицированная система организационно-распорядительной документации. Требования к оформлению документов».
3. Любое деловое письмо имеет следующую общую структуру:
  - наименование организации-отправителя;
  - дата написания;
  - адрес получателя, указание конкретного корреспондента;
  - вступительное обращение;
  - указание на тему и цель письма;
  - основной текст;
  - заключение (формула вежливости);
  - подпись отправителя;
  - указание на приложение и рассылку копий (если таковые имеются).
4. При подготовке делового письма используйте текстовый редактор Microsoft Word:
  - используйте гарнитуру Times New Roman, кегль 12-14 п., межстрочный интервал – 1-2 п.;
  - номера страниц письма проставляйте внизу с правой стороны;
  - при печати текста на бланках формата А4 используйте 1,5–2 междустрочных интервала, формата А5 и менее – один междустрочный интервал. Реквизиты всегда набираются через один междустрочный интервал.
5. Если вы выступаете от имени организации и собираетесь отправлять письмо в печатном виде, обязательно используйте фирменный бланк, так как его наличие будет визитной карточкой вашей компании. Отнеситесь к оформлению официального бланка с особой тщательностью, это умение должно быть обязательным для любого офисного сотрудника.
6. При международной переписке письмо должно быть составлено на языке адресата или на английском (как наиболее распространенным в деловых отношениях).
7. Придерживайтесь корректного, делового тона. Начинайте письмо с обращения, которое в зависимости от степени вашей близости с корреспондентом может начинаться как со слов «Уважаемый + Ф. И. О.», так и «Дорогой + Ф. И. О.». Запомните, слова в обращении или в указании адресата ни в коем случае нельзя сокращать (например, «уважаемый» как «ув.» или «начальнику отдела» как «нач. отдела») – таковы правила делового этикета. Всегда заканчивайте

письмо словами благодарности за сотрудничество. Перед подписью должна быть фраза «С уважением, ...» либо «Искренне Ваш, ...». Обращение на «ты» в официальной переписке недопустимо, даже если вы поддерживаете с корреспондентом дружеские отношения.

8. Тщательно подбирайте лексику, избегайте неточностей и двусмысленных фраз, излишнего употребления профессионализмов. Письмо должно быть понятным.

9. Разделяйте содержание письма на смысловые абзацы, чтобы оно не было громоздким и сложным для восприятия адресатом. Следуйте правилу: первый и последний абзацы должны содержать не более четырех печатных строк, а остальные – не более восьми.

10. Отвечайте на деловые письма согласно принятому этикету: на письменный запрос – в течение 10 дней после получения; на письма, отправленные по факсу или по электронной почте, – в течение 48 часов без учета выходных.

#### **4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

##### **4.1. Описание процедур проведения текущего контроля успеваемости студентов**

В таблице представлено описание процедур проведения контрольно-оценочных мероприятий текущего контроля успеваемости студентов, в соответствии с рабочей программой дисциплины (модуля), и процедур оценивания результатов обучения с помощью спланированных оценочных средств.

Наименование оценочного средства	Описания процедуры проведения контрольно-оценочного мероприятия и процедуры оценивания результатов обучения
Презентация	Тема презентации объявляется заранее. Обучающийся самостоятельно готовит презентацию, которая соответствует указанной теме учебного предмета. Язык изложения должен быть понятен аудитории. Презентация должна содержать достоверную информацию, вызывать интерес у аудитории, включать наглядные иллюстрации по теме. Презентация оценивается преподавателем и группой студентов.
Тестирование	Тестирование проводится по результатам освоения разделов дисциплины во время практических занятий. Во время проведения тестирования пользоваться учебниками, справочниками, конспектами лекций, тетрадями для практических занятий не разрешено. Преподаватель на практическом занятии, предшествующем занятию проведения теста, доводит до обучающихся: темы, количество заданий в тесте время выполнения.
Контрольный перевод текста	Контрольный перевод делового текста выполняется самостоятельно во время практического занятия. Студентам разрешается пользоваться любыми двуязычными и энциклопедическими словарями и справочными пособиями. Требования к графическому оформлению текста должны строго соблюдаться. Выполненный перевод сдается на проверку преподавателю.
Индивидуальное творческое задание	Индивидуальные творческие задания выдаются на практических занятиях, предшествующих изучению предлагаемой темы. Индивидуальные задания должны быть выполнены в установленный

преподавателем срок и в соответствии с требованиями к оформлению (текстовой и графической частей). Выполненные задания в назначенный срок сдаются на проверку

Дискуссия

Дискуссии проводятся во время практических занятий. Преподаватель на практическом занятии, предшествующем занятию проведения круглого стола, доводит до обучающихся тему круглого стола, задания и вопросы для проведения круглого стола

#### 4.2. Описание процедур проведения промежуточной аттестации

##### Зачет

При определении уровня достижений обучающихся на зачете учитывается:

- знание программного материала и структуры дисциплины (модуля);
- знания, необходимые для решения типовых задач, умение выполнять предусмотренные программой задания;
- владение методологией дисциплины (модуля), умение применять теоретические знания при решении задач, обосновывать свои действия.

Проведение промежуточной аттестации в форме зачета позволяет сформировать среднюю оценку по дисциплине по результатам текущего контроля. Так как оценочные средства, используемые при текущем контроле, позволяют оценить знания, умения и владения навыками/опытом деятельности обучающихся при освоении дисциплины. Для чего преподаватель находит среднюю оценку уровня сформированности компетенций у обучающегося, как сумму всех полученных оценок деленную на число этих оценок.

Средняя оценка уровня сформированности компетенций по результатам текущего контроля	Оценка
Оценка не менее 3,0 и нет ни одной неудовлетворительной оценки по текущему контролю	«зачтено»
Оценка менее 3,0 или получена хотя бы одна неудовлетворительная оценка по текущему контролю	«не зачтено»