

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Сурат Лев Игоревич
Должность: Ректор
Дата подписания: 11.08.2026 18:33:05
Уникальный программный ключ:
90e61d348f2245de4566514a87350a9d89d73c851b3f3160a03a9eff20fb4800

**Московский
Институт
Психоанализа**

Негосударственное образовательное частное учреждение
высшего образования «Московский институт психоанализа»
(НОЧУ ВО «Московский институт психоанализа»)

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК В СФЕРЕ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Направление подготовки/специальность	44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)
Направленность (профиль/специализация)	Иностранный язык (английский) и информационные технологии в образовании
Уровень высшего образования	Бакалавриат
Форма обучения	Очная

1. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости

Задания для проведения текущего контроля успеваемости (темы докладов, рефератов, эссе, тестовые задания, кейсовые задания и т.п.) (а также, обязательно представить задания для подготовки к практическим занятиям, а также критерии и шкалу оценивания к ним)

Вопросы для устного опроса.

1. Охарактеризуйте жанровые особенности структуры Executive Summary в бизнес-отчетах. Каковы прагматические функции использования пассивного залога и неличных конструкций (*impersonal style*) в данном жанре?
2. Проанализируйте лингвопрагматический потенциал стратегии хеджирования (*Hedging*) в переговорном процессе. Риск-понижающие маркеры (*mitigators*) при выражении несогласия.
3. Специфика ведения протокола совещаний (*Meeting Minutes*). Различие между констатацией фактов (*Minutes of decisions*) и нарративным изложением дискуссии (*Narrative minutes*).
4. Прагматика речевых актов комплимента и критики (*Face-threatening acts*) в вертикальной иерархии «Руководитель — Подчиненный». Стратегии сохранения лица (*Face-saving strategies*).
5. Феномен Small Talk как инструмент установления раппорта (*Rapport building*) в англосаксонской деловой культуре. Тематические табу и допустимые топики.
6. Лингвостилистическая специфика составления резюме (*CV/Resume*) и сопроводительного письма (*Cover Letter*). Конвенции лексической сочетаемости в описании должностных обязанностей (*Action verbs*).
7. Категория вежливости (*Politeness Theory*, P. Brown, S. Levinson) в англоязычной деловой переписке. Позитивная и негативная вежливость в электронной почте.
8. Структура аргументативного эссе (*Proposal / Proposal*) в международном бизнесе. Соотношение разделов *Executive Summary*, *Problem Statement* и *Implementation Plan*.
9. Межкультурный аспект невербальной коммуникации. Протокол рукопожатий, проксемика и визуальный контакт в западной корпоративной культуре.
10. Искусство проведения переговоров (*Negotiation tactics*). Стратегии интеграции интересов (*Win-Win approach*) versus позиционный торг (*Positional Bargaining*).
11. Терминологическая эквивалентность в финансово-экономическом дискурсе. Проблема перевода понятий *Assets/Liabilities*, *Equity/Debt* в российскую систему бухгалтерского учета (РСБУ или МСФО).
12. Юридически обязывающая сила формулировок (*Legalese*) в международных контрактах. Семантика модальных глаголов (*shall, must, may, should*) в контрактном праве.
13. Особенности перевода маркетинговых материалов (*Marketing collateral*). Адаптация идиом и метафор бренда (*Brand Identity*) при локализации рекламных кампаний.
14. Жанровая специфика Business Correspondence. Сравнительный анализ структурных блоков формального электронного письма (*Block format vs Indented format*).
15. Акцентуация смыслового центра синтагмы (*Sentence stress*) и интонационные контуры перечисления (*Listing intonation*) при презентации финансовых данных.
16. Эвфемизация и политкорректность (*Political Correctness*) в современном HR-менеджменте. Трансформация номинаций профессий и социальных групп.
17. Техника активного слушания (*Active Listening Signals*) и парафраза в управлении сложными телефонными переговорами (*Teleconferencing etiquette*).
18. Реализация директивных речевых актов в императиве руководства (*Imperative Mood*) versus косвенные просьбы (*Embedded commands*). Влияние на мотивацию персонала.

19. Когнитивная метафора в экономическом дискурсе (*Conceptual Metaphors*): концептуализация бизнеса как механизма, войны или живого организма.
20. Аннотирование и реферирование иностранной профессиональной прессы. Выделение ключевых слов (*Key Terms*) и составление глоссария к аналитическому отчету.
21. Феномен "*Small talk before business*": кросс-культурные различия восприятия светской беседы русскими и англоговорящими партнерами (*High-context vs Low-context cultures*).
22. Этикет цифровой коммуникации (*Netiquette*). Использование статусных маркеров (*Status markers*) и сокращений (*TL;DR, FYI*) в корпоративных мессенджерах.
23. Прагматика извинений (*Business Apology*) в антикризисном PR. Компоненты успешного публичного извинения корпорации перед стейкхолдерами.
24. Лингвистические маркеры убеждения и манипуляции в рекламном дискурсе. Перлокутивный эффект эмотивной лексики и риторических фигур.
25. Межкультурная коммуникативная неудача (*Miscommunication*). Анализ типичных прагматических провалов российских менеджеров при ведении переговоров с западными партнерами.

Критерии и шкалы оценивания работы студентов на практических/лабораторных занятиях

Оценка	Критерии оценивания
«отлично»	Оценка «отлично» выставляется, если студент активно работает в течение всего практического занятия, дает полные ответы на вопросы преподавателя в соответствии с планом практического занятия и показывает при этом глубокое овладение лекционным материалом, знание соответствующей литературы и законодательства, способен выразить собственное отношение по данной проблеме, проявляет умение самостоятельно и аргументированно излагать материал, анализировать явления и факты, делать самостоятельные обобщения и выводы, правильно выполняет учебные задачи.
«хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется при условии: студент активно работает в течение практического занятия, вопросы освещены полно, изложения материала логическое, обоснованное фактами, со ссылками на соответствующие нормативные документы и литературные источники, освещение вопросов завершено выводами, студент обнаружил умение анализировать факты и события, а также выполнять учебные задания. Но в ответах допущены неточности, некоторые незначительные ошибки, имеет место недостаточная аргументированность при изложении материала, четко выраженное отношение студента к фактам и событиям.
«удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется в том случае, когда студент в целом овладел сути вопросов по данной теме, обнаруживает знание лекционного материала, законодательства и учебной литературы, пытается анализировать факты и события, делать выводы и решать задачи. Но на занятии ведет себя пассивно, отвечает только по вызову преподавателя, дает неполные ответы на вопросы, допускает грубые ошибки при освещении теоретического материала.
«неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» выставляется в случае, когда студент обнаружил несостоятельность осветить вопросы освещены неправильно, бессистемно, с грубыми ошибками, отсутствуют понимания основной сути вопросов, выводы, обобщения.

2. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Задания для проведения промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (тестовые задания, кейсовые задания и т.п.)

1. В международной практике бизнес-коммуникации фраза "With all due respect..." перед критикой выполняет функцию:
 - А) Прямого оскорбления собеседника.
 - Б) Прагматического смягчителя (*Downtoner/Hedge*), снижающего иллокутивную силу угрожающего лицу акта критики.
 - В) Завершения разговора навсегда.
 - Г) Приветствия нового сотрудника.
2. Финансовый термин "Liability" в бухгалтерском балансе наиболее точно соответствует русскому экономическому термину:
 - А) Актив.
 - Б) Обязательство (задолженность, кредиторская задолженность).
 - В) Чистая прибыль.
 - Г) Уставный капитал.
3. Употребление Present Perfect Continuous ("We have been negotiating for three hours") вместо Past Simple подчеркивает:
 - А) Факт завершения действия только что.
 - Б) Длительность процесса, протекавшего до момента речи и имеющего связь с настоящим (фокус на длительности).
 - В) Действие, которое произойдет через год.
 - Г) Невозможность совершения действия.
4. Дискурсивный маркер "Moving on to the next point..." в презентации выполняет функцию:
 - А) Извинения за опоздание.
 - Б) Метадискурсивного сигнала смены информационной фокализации и логического перехода (*Discourse marker of transition*).
 - В) Выражения сильного удивления.
 - Г) Запроса технической помощи.
5. Стратегия "Positive Politeness" (Brown & Levinson) в деловой переписке реализуется через:
 - А) Использование исключительно повелительного наклонения.
 - Б) Инклюзивное местоимение "we", проявление интереса к делам партнера и солидаризацию (*claiming common ground*).
 - В) Игнорирование писем адресата.
 - Г) Написание текста заглавными буквами.
6. Аббревиатура KPI (*Key Performance Indicator*) расшифровывается и функционирует как:
 - А) Key Political Issue.
 - Б) Ключевой показатель эффективности, измеряющий степень достижения целевых ориентиров деятельности.
 - В) Крупное промышленное предприятие.
 - Г) Тип юридической лицензии.
7. В структуре международного коммерческого контракта пункт "Force Majeure" регламентирует условия:
 - А) Ежегодного повышения зарплаты сотрудникам.
 - Б) Освобождения сторон от ответственности при наступлении чрезвычайных обстоятельств непреодолимой силы.
 - В) Порядка найма охраны.
 - Г) Цветовой гаммы логотипа компании.
8. Интонационный контур Fall-Rise (нисходяще-восходящий тон) в английской деловой речи часто сигнализирует о:
 - А) Полном согласии с партнером.

- Б) Неявном несогласии, сомнении или имплицатуре, требующей интерпретации подтекста.
 - В) Окончании рабочего дня.
 - Г) Наличии постороннего шума в коридоре.
9. **Термин "Deliverable" в проектном менеджменте означает:**
- А) Услугу курьерской доставки еды.
 - Б) Измеримый результат или продукт проекта, подлежащий передаче заказчику (отчет, прототип, программный код).
 - В) Транспортную накладную.
 - Г) Ошибку в расчетах.
10. **Прагматическая функция фразы "I'll get back to you on that" в деловом диалоге заключается в:**
- А) Признании поражения в споре.
 - Б) Тактике отсрочки ответа для получения дополнительной информации без прямого отказа (Stalling strategy).
 - В) Приглашении на обед.
 - Г) Окончательном разрыве отношений.
11. **Термин "Headhunting" в HR-менеджменте обозначает процесс:**
- А) Коллекционирования охотничьих трофеев.
 - Б) Целенаправленного поиска и переманивания высококвалифицированных специалистов (Executive Search).
 - В) Проведения медицинских осмотров.
 - Г) Увольнения всего штата сотрудников.
12. **Семантическое различие между "Customer" и "Client" в B2B/B2C сегментах заключается в:**
- А) Цвете глаз покупателя.
 - Б) Характере отношений: транзакционная покупка товара (customer) против долгосрочного сервисного партнерства (client).
 - В) Географическом положении офиса.
 - Г) Стоимости товаров.
13. **Акроним ROI (Return on Investment) используется для оценки:**
- А) Скорости печати принтера.
 - Б) Коэффициента рентабельности инвестиций (отношение прибыли к затратам).
 - В) Количества сотрудников в отделе.
 - Г) Курса валют прошлого века.
14. **Эвфемизм "Downsizing" или "Rightsizing" в корпоративном дискурсе служит для маскировки процесса:**
- А) Набора новых сотрудников.
 - Б) Массового сокращения персонала (Layoffs) с целью снижения негативного прагматического эффекта.
 - В) Повышения зарплат всему отделу.
 - Г) Переезда в новый офис.
15. **Понятие "Opportunity Cost" в экономике описывает:**
- А) Стоимость покупки недвижимости.
 - Б) Упущенную выгоду — стоимость наилучшей из отвергнутых альтернатив при выборе одного варианта действий.
 - В) Штраф за парковку.
 - Г) Налог на добавленную стоимость.
16. **Лексема "Synergy" в бизнес-презентациях обычно подразумевает:**
- А) Отрицательный финансовый результат.
 - Б) Эффект взаимодействия, при котором суммарный результат превышает сумму индивидуальных усилий участников ($1+1=3$).

- В) Вид химического удобрения.
Г) Название компьютерной игры.
17. **Юридически значимая формула "Hereinafter referred to as..." в преамбуле договора служит цели:**
А) Увеличения объема документа.
Б) Легитимации кратких условных наименований сторон (Party A, The Company) для последующих ссылок.
В) Выражения благодарности юристам.
Г) Указания даты подписания.
18. **Феномен "Upward Feedback" (обратная связь снизу вверх) в корпоративной культуре предполагает оценку работы:**
А) Директора учениками школы.
Б) Непосредственного руководителя его подчиненными в рамках систем развития менеджмента (360-degree feedback).
В) Клиентов конкурентами.
Г) Правительства гражданами.
19. **Термин "Benchmarking" в стратегическом планировании означает:**
А) Установку скамеек в парке.
Б) Процесс сравнения своих бизнес-процессов и показателей с лучшими практиками конкурентов или лидеров отрасли.
В) Измерение температуры воды.
Г) Покупку новой мебели.
20. **Прагматическая функция артикля "The" в фразе "The CEO is responsible for..." при первом упоминании аббревиатуры в тексте заключается в:**
А) Указании на уникальность и конкретность данного референта в рамках данной ситуации (Situational uniqueness).
Б) Простой грамматической ошибке.
В) Желании удлинить предложение.
Г) Случайном выборе артикля.
21. **Формулировка "Best and Final Offer" (BAFO) в переговорах означает:**
А) Первое предложение цены.
Б) Ультимативное окончательное предложение, после которого торги прекращаются, и модификация условий не предполагается.
В) Скидку в магазине одежды.
Г) Бесплатную доставку товара.
22. **Термин "Due Diligence" в контексте слияний и поглощений (M&A) относится к процессу:**
А) Празднования заключения сделки.
Б) Всесторонней проверки финансового, юридического и операционного состояния компании перед сделкой.
В) Уборки офисных помещений.
Г) Найма курьера.
23. **Синтаксическая конструкция "Had we known... we would have acted differently" является примером:**
А) Первого типа условных предложений.
Б) Смешанного условного предложения (Third Conditional + Past Perfect Subjunctive), описывающего нереальное условие в прошлом.
В) Будущего длительного времени.
Г) Повелительного наклонения.
24. **Феномен "Scope Creep" в управлении проектами описывает ситуацию, когда:**
А) Проект завершается раньше срока.

- Б) Происходит неконтролируемое расширение рамок проекта и требований заказчика без изменения бюджета/сроков.
- В) Все сотрудники уходят в отпуск.
- Г) Меняется погода на улице.
25. **Прагматическая пресуппозиция вопроса "Would you be open to discussing a discount?" призвана:**
- А) Оскорбить продавца.
- Б) Косвенно запросить скидку, минимизируя угрозу лицу (*Face Threatening Act*) и оставляя пространство для маневра отказом.
- В) Узнать время закрытия магазина.
- Г) Продемонстрировать знание математики.

Ключи к тестовым заданиям: 1-Б, 2-Б, 3-Б, 4-Б, 5-Б, 6-Б, 7-Б, 8-Б, 9-Б, 10-Б, 11-Б, 12-Б, 13-Б, 14-Б, 15-Б, 16-Б, 17-Б, 18-Б, 19-Б, 20-Б, 21-Б, 22-Б, 23-Б, 24-Б, 25-Б.

Критерии и шкала оценивания:

Оценка	Количество баллов
«отлично» /зачтено	83-100 баллов
«хорошо»/ зачтено	68-82 балла
«удовлетворительно»/ зачтено	50-67 баллов
«неудовлетворительно»/ не зачтено	0-49 баллов