

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»

_____ В.Н. Шимов

«18 июня» 2014г.

Регистрационный № УД 1427-14 / баз.

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ

Учебная программа по специальности

1-25 81 11 «Экономика и управление туристской индустрией»,
Магистерская подготовка «Управление и обучение в туристской индустрии»

СОСТАВИТЕЛЬ:

Н.А. Новик, заведующий кафедрой профессионально ориентированной английской речи Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат филологических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Л.В. Шимчук, декан факультета иностранных языков для руководящих работников и специалистов ИПКиПК Учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет», кандидат филологических наук, доцент.

Н.П.Могиленских, заведующий кафедрой межкультурной экономической коммуникации Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат филологических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой профессионально ориентированной английской речи Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 9 от 28.04.2014г.);

Научно-методическим Советом Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № от 18.06.2014г.)

Ответственный за редакцию: Н.А. Новик

Ответственный за выпуск: Н.А. Новик

Пояснительная записка

Интенсивное развитие международного сотрудничества в таких областях жизнедеятельности, как сфера туристической индустрии, обуславливает необходимость активного владения иностранным языком. Это требование касается специалистов разных профилей и уровней: от начального профессионального уровня, достигнутого по окончании университета, до уровня специалистов, закончивших магистратуру и аспирантуру. Знание иностранного языка свидетельствует о высоком уровне коммуникативной, социокультурной и профессиональной компетенции специалиста. Оно обеспечивает возможность говорить и понимать иноязычную речь на слух, читать профессиональную документацию на иностранном языке и письменно оформлять собственное высказывание, владеть правилами социальной приемлемости и этикета, использовать язык в реальных ситуациях профессионального общения как устного, так и письменного.

Побудительным мотивом к овладению профессиональным иностранным языком является желание участвовать в живом общении с представителями своей профессии другой страны и культуры. Это позволит выйти на новый профессиональный уровень, развить свои идеи, обогатив их мировым опытом, наработанным по интересующей их проблеме, а также познакомить мировую общественность со своими идеями в этой области.

Таким образом, включение дисциплины «Профессиональная коммуникация на иностранном языке» в учебный план практико-ориентированной магистратуры является результатом осознания практической потребности ее изучения.

Цель дисциплины предполагает *формирование иноязычной профессиональной компетенции магистрантов*, т.е. корректного владения иностранным языком в пределах тем, предусмотренных рамками курса и охватывающих профессиональную сферу туристической индустрии, что позволит им использовать иностранный язык как в повседневной профессионально-практической, так и научной коммуникации.

В рамках этого курса магистраты изучают язык специальности. Это означает, 1) накопление - на базе владения общеязыковыми лексико-грамматическими компонентами - специальной терминологии; 2) активное освоение тех грамматических (синтаксических) особенностей, которые характеризуют научно-деловой стиль речи; 3) изучение принципов структурирования высказывания, как письменного, так и устного: имеются в виду приемы комментирования, анализа, синтеза, аргументирования и дискуссии. Магистранты должны приобрести навыки работы с оригинальными источниками информации, уметь определять основную мысль текста, логическую основу профессионального высказывания, извлекать разные виды информации (зв. работа со схемами, диаграммами, телефонные деловые переговоры, факсы и т.д.), знать приемы компрессии текста и, конечно, уметь активизировать эти навыки в устном высказывании. Содержание обучения должно максимально удовлетворять потребности обучаемых, способствовать их профессиональному самоутверждению, предоставлять возможность для самореализации и самораскрытия личности.

Изучив дисциплину «Профессиональная коммуникация на иностранном языке», магистранты должны

Знать:

- языковые особенности профессионального языка, термины, формы устной и письменной профессиональной коммуникации в сфере туристической индустрии;

Уметь:

- вести диалог с выражением определенных коммуникативных намерений (запрос/сообщение информации, выяснение мнения собеседника, выражение собственного мнения, одобрения/недовольства, уклонение от ответа), что необходимо для профессиональных переговоров;

- делать монологические сообщения в типичных ситуациях профессионального общения, что необходимо при презентациях, беседах у стендов выставок, выступлениях на переговорах, совещаниях, и т.д.;
- обобщать, систематизировать полученную профессиональную информацию и материал, выделять главное, делать выводы, анализировать;
- понимать на слух иностранную речь экономического содержания (в том числе, и по телефону);
- вести профессиональную корреспонденцию.

Приобрести навыки:

- понимания сообщения профессионального характера (в форме монолога и диалога);
- грамотного диалогического и монологического говорения на иностранном языке по профессиональной тематике;
- корректных устных выступлений и ведения дискуссии по профессиональным проблемам на иностранном языке;
- реализации на письме коммуникативных намерений профессионального характера, написания деловых писем, факсов, телексов;
- фиксирования нужной информации профессионального содержания при восприятии на ее слух;
- составления плана, тезисов сообщения, доклада; заполнения анкет.

Всего часов по дисциплине 136, в том числе всего часов аудиторных 50, из них 28 часов – лекции, 22 часа - семинарские занятия. Рекомендуемая форма контроля – экзамен.

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ

№	Название тем	Всего	Лекции	ПЗ
1	Профессиональная деловая коммуникация. Деловая корреспонденция и документация	4	2	2
2	Туристская индустрия. Виды и формы туризма	4	2	2
3	Международные туристические организации	3	2	1
4	Туристические компании и их деятельность	3	2	1
5	Спрос и предложение в туризме	4	2	2
6	Структура современной индустрии гостеприимства	4	2	2
7	Реклама и маркетинг индустрии гостеприимства	4	2	2
8	Размещение и питание, гостиницы и рестораны	6	4	2
9	Транспортные услуги в туризме	4	2	2
10	Социальный аспект в туризме	4	2	2
11	Виды и технологии развлечений и аттракционов в туризме	4	2	2
12	Связь с общественностью	3	2	1
13	Новые информационные технологии в туризме	3	2	1
Всего:		50	28	22

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Профессиональная деловая коммуникация. Деловая корреспонденция и документация

Проведение профессиональных деловых переговоров. Переговоры по телефону. Проведение профессиональных деловых совещаний. Проведение презентаций. Структура письма. Содержание и стиль письма. Виды писем. Электронная корреспонденция. Речевые функции, необходимые в деловой переписке. Написание резюме и сопроводительного письма. Контракты.

Тема 2. Туристская индустрия.

Определение туризма. Международный туризм (въездной, выездной) Внутренний туризм. История туризма. Типы туристов. Сегментация туристического рынка. Мотивация путешествий. Туризм в Беларуси. Экологически безопасный туризм. Сельский туризм. Деловой туризм. Культурные и познавательные туры. Экскурсии. Образовательные программы. Организация индивидуальных туров. Паломничество. Детский отдых. Молодёжный туризм. Экологически безопасный туризм. Сельский туризм. Национальные парки. Деловой туризм. Спортивный и экстремальный туризм. Санатории и курорты

Тема 3. Международные туристические организации.

Всемирная Туристическая Организация. История, структура и деятельность ВТО. Цели и задачи ВТО. Деятельность ООН по поддержке и развитию въездного и выездного туризма. Вышестоящие органы местного управления ответственные за поддержку и развитие туризма (в странах изучаемого языка и Беларуси). Исследования и планирование развития туризмом. Туристическая инфраструктура. Программы поддержки развития туризма. Роль правительства в развитии туризма.

Тема 4. Туристические компании и аспекты их деятельности.

Классификация туристических предприятий. Туроператоры и их функции. Турагенты и их функции. Факторы успеха туристической компании. Работа с клиентом (продажа туристических услуг). Мотивация трудовой деятельности. Рынки рабочей силы в туризме. Подбор персонала. Оценка и приём на работу. Движение по карьерной лестнице и профессиональное развитие. Профессии в туристическом, ресторанном и гостиничном бизнесе, описание их функциональных обязанностей.

Тема 5. Спрос и предложение в туризме.

Составляющие туристского предложения. Туристическая инфраструктура. Природные особенности страны (географическое положение, климат, флора и фауна). Социально-культурные факторы (культура, традиции, менталитет, гостеприимство, обычаи). Общая инфраструктура (пути сообщения, коммуникации, учреждения культуры и досуга). Удовлетворение спроса в туризме.

Тема 6. Структура современной индустрии гостеприимства.

Структура и классификация гостиничного и ресторанного бизнеса. История индустрии гостеприимства. Характерные черты услуг гостиничного и ресторанного бизнеса. Службы управления гостиницей. Службы непосредственного обслуживания клиентов, общественного питания, технические и административные службы, дополнительные службы и виды услуг.

Тема 7. Реклама и маркетинг индустрии гостеприимства.

Турпродукт. Формы и методы продвижения турпродукта на международный и местный рынок. Туристические выставки и ярмарки. Организация рекламных туров. Средства рекламы в туризме. Текст и оформление туристической брошюры.

Тема 8. Размещение и питание, гостиницы и рестораны

Новые тенденции в развитии гостиничного и ресторанного бизнеса. Гостиницы и их классификация. Типы гостиниц и номерного фонда. Таймшер. Службы управления гостиницей. Ресторанное обслуживание. Национальные кухни народов мира. Сети

гостиниц и ресторанов. Характеристика услуг ресторанного и гостиничного бизнеса. Финансовые вопросы и бухгалтерия. Система быстрого питания.

Тема 9. Транспортные услуги в сфере туризма.

Виды транспортных услуг, предлагаемых туристам. Авиакомпании, аэропорты. Организация чартерных рейсов. История транспорта в истории развития туризма. Организация круизов.

Тема 10. Социальный аспект в туризме

Туризм и этикет. Страны, их обычаи, традиции, религия. Польза туризма с социокультурной точки зрения. Иностраный турист и местное население. Законодательство и защита прав потребителя (туриста).

Тема 11. Виды и технологии развлечений и аттракционов в туризме.

Организация экскурсий и туров выходного дня. Парки развлечений и аттракционов. Культурный и развлекательный потенциал курортов. Индустрия развлечений больших городов. Музеи, выставки, галереи, театры, достопримечательности. Организация деловых встреч, конференций, банкетов.

Тема 12. Связь с общественностью.

Работа отдела по связям с общественностью. Природа, типы и причины конфликтных ситуаций. Методы разрешения конфликтов. Страхование в туризме. Природа и причины стресса. Решение спорных вопросов, реакция на жалобы и претензии.

Тема 13. Новые информационные технологии в туризме.

Интернет технологии в туризме. Новый уровень ведения туристического бизнеса и повышения доходности. Электронные системы бронирования. Ведущие компании электронного бронирования: Galileo, Amadeus, SabreEurope, Worldspan. Популярные периодические издания ведущих туроператоров мира. Газеты и журналы о новинках в турбизнесе. Каталоги и справочники о странах и континентах, гостиницах и ресторанах. Колонка писем и отзывов туриста. Онлайн видео-библиотека.

ЛИТЕРАТУРА

ОСНОВНАЯ:

1. Воробьёва, С.А. Деловой английский для сферы туризма / С.А. Воробьёва. – М.: Филомасис, 2008. – 346 с.
2. Воробьёва, С.А. Деловой английский для гостиничного бизнеса / С.А. Воробьёва. – М.: Филомасис, 2008. – 336 с.
3. Гончарова, Т.А. Английский для гостиничного бизнеса / Т.А. Гончарова. – М.: Изд. центр «Академия», 2004. – 144 с.
4. Письменная, О.А. Английский для международного туризма / О.А. Письменная. – М.: Логос, 2005. – 384 с.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ:

по английскому языку:

5. Вершина, А.М. Основы делового английского языка / А.М. Вершина, И.Н. Частнойть. – Минск: БГЭУ, 2012. – 232с.
6. Слепович, В.С. Деловой английский. Business Communication / В.С. Слепович. 7-еизд. – Минск: ТетраСистемс, 2012. – 269с.
7. Частник, С. Английский язык для менеджеров международного туризма и гостиничного бизнеса / С. Частник, Г. Коробка. – М.: Эксмо-Пресс, 2007. – 160 с.
8. Baker, S. Principles of Hotel Front Office Operations / S.Baker, P. Bradley. – N.Y.: Cengage Learning, 1996. – 336 p.
9. Michailov, N.N. English: Hotel, Restaurant and Tourist Business / N.N. Michailov. – Minsk: Academy, 2003. – 158 с.
10. McIntosh, G. Tourism: Principles, Practices, Philosophies / G. McIntosh. –London: Jones Wiley and Sons Inc, 1990. – 655 p.
11. Wallwork, A. Business Options. Student's book / A. Wallwork. – Oxford University Press, 2003. – 194 p.