

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«28» 06 2022 года

Рабочая программа дисциплины

ФТД.02 Деловой иностранный язык

Учебный план: 2022-2023 42.03.02 ВШПМ Журналистика ОО №1-1-23.plx

Кафедра: **45** Технического перевода и профессиональных коммуникаций

Направление подготовки:
(специальность) 42.03.02 Журналистика

Профиль подготовки: Журналистика
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

| Семестр (курс для ЗАО) | | Контактн ая работа | Сам. работа | Контроль, час. | Трудоё мкость, ЗЕТ | Форма промежуточной аттестации |
|---------------------------|-----|-----------------------|----------------|-------------------|--------------------------|--------------------------------------|
| | | Практ. занятия | | | | |
| 6 | УП | 34 | 37,75 | 0,25 | 2 | Зачет |
| | РПД | 34 | 37,75 | 0,25 | 2 | |
| Итого | УП | 34 | 37,75 | 0,25 | 2 | |
| | РПД | 34 | 37,75 | 0,25 | 2 | |

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 524

Составитель (и):

кандидат филологических наук, Доцент

Назарова Лариса
Витальевна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой технического перевода и
профессиональных коммуникаций

Назарова Лариса
Витальевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Шелонаев Сергей
Игоревич

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в области межкультурной коммуникации с целью осуществления межличностного взаимодействия на иностранном языке в устной и письменной формах с использованием навыков говорения, письма, аудирования, чтения для эффективного участия в различных видах речевой деятельности в разнообразных ситуациях деловых контактов, связанных с осуществлением делового знакомства, презентацией организации, заполнением и написанием деловых документов, участием в деловых встречах, переговорах и совещаниях.

1.2 Задачи дисциплины:

- привить навыки нормативного произношения, необходимые для межкультурной деловой коммуникации на иностранном языке в международной среде;
- расширить знание языковых единиц и стилистических норм иностранного языка для формирования на их основе фонетических, лексических, грамматических навыков, обеспечивающих возможность пользоваться языком как средством делового общения;
- развивать культуру мышления, способность к восприятию, обобщению и анализу информации на иностранном языке, конспектированию и ведению деловых записей, построению высказываний в процессе делового общения;
- совершенствовать навыки понимания на слух и ведения иноязычной логичной последовательной аргументированной речи (монологической и диалогической речи в устной и письменной форме) для участия в ситуациях деловой коммуникации.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

- Иностранный язык
- Правоведение
- Экономика

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

| |
|--|
| УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) |
| Знать: правила и принципы структурирования делового текста (письма, электронного сообщения, меморандума - служебной записки, повестки дня, резюме) на иностранном языке. |
| Уметь: применять комплекс стилистических знаний применительно ко всем видам коммуникативной деятельности в различных сферах иноязычной речевой коммуникации в профессиональной области. |
| Владеть: навыками формирования коммуникативной компетентности для решения социально-коммуникативных задач в международной профессиональной и деловой сфере на иностранном языке. |

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

| Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий | Семестр (курс для ЗАО) | Контактная работа | СР (часы) | Инновац. формы занятий | Форма текущего контроля |
|---|---------------------------|-------------------|--------------|------------------------|-------------------------|
| | | Пр. (часы) | | | |
| Раздел 1. Поиск работы | 6 | | | | ДЗ,ДИ |
| Тема 1. Написание резюме и заполнение анкеты на вакансию. | | 6 | 6 | АС | |
| Тема 2. Правила и нормы написания сопроводительного письма. | | 6 | 6 | Т | |
| Тема 3. Прохождение собеседования при приеме на работу. | | 6 | 6 | РИ | |
| Раздел 2. Деловое общение | | | | | ДИ,ДЗ,О |
| Тема 4. Деловое общение по телефону: правила и формы этикета и обмен информацией. | | 6 | 6 | РИ | |
| Тема 5. Виды деловой переписки. Типы и структура деловых писем. | | 6 | 7,75 | Т | |
| Тема 6. Типы деловых встреч. Правила и формулы этикета. | | 4 | 6 | АС | |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО) | | 34 | 37,75 | | |
| Консультации и промежуточная аттестация (Зачет) | | 0,25 | | | |

| | | | | | |
|--|--|-------|-------|--|--|
| Всего контактная работа и СР по дисциплине | | 34,25 | 37,75 | | |
|--|--|-------|-------|--|--|

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

| Код компетенции | Показатели оценивания результатов обучения | Наименование оценочного средства |
|-----------------|---|---|
| УК-4 | Излагает правила и принципы структурирования делового письма, правильно использует лексику делового иностранного языка. Переводит текст делового стиля с соблюдением всех норм иностранного и русского языка. Составляет основные виды деловых документов, предусмотренные курсом делового иностранного языка. Участвует в различных видах делового общения на иностранном языке. | Вопросы для устного собеседования практико-ориентированные задания |

5.1.2 Система и критерии оценивания

| Шкала оценивания | Критерии оценивания сформированности компетенций | |
|------------------|---|--|
| | Устное собеседование | Письменная работа |
| Зачтено | Устное выступление (ролевая игра) - Соответствие содержания высказывания заданию; - беглость и выразительность речи; - смысловая связность высказывания; - адекватный выбор лексико-грамматических единиц; - диапазон используемых речевых средств; - достаточный выбор социокультурных элементов речи. | Письменный перевод По содержанию коммуникативная задача соответствует оригинальному тексту. Переведено 80-100% текста оригинала. Максимально допустимое количество смысловых ошибок (искажение, опущение информации) - 2-5 на текст перевода. Лексика соответствует поставленной задаче и требованиям данного года обучения, но имеются незначительные ошибки. |
| | | Использованы разнообразные грамматические конструкции в соответствии с поставленной задачей, может быть допущено до 5 грамматических ошибок, незначительно препятствующих решению коммуникативной задачи. По организации текста перевода: высказывания логичны, использованы средства логической связи, соблюден формат высказывания и текст поделен на абзацы. |
| Не зачтено | - Содержание высказывания не соответствует заданию; - речь затруднена; - осложнен выбор стратегии высказывания; - низкий диапазон используемых речевых средств; - неадекватный выбор лексико-грамматических единиц; - несоблюдение стиля; - затруднен выбор социокультурных элементов речи. | По содержанию коммуникативная задача не соответствует оригиналу. Переведено менее 80% текста оригинала. Допущено более 5 смысловых ошибок (искажение, опущение информации). Большое количество лексических ошибок. По организации текста высказывания нелогичны, не использованы средства логической связи, не соблюден формат высказывания, текст не поделен на абзацы. |

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

| № п/п | Формулировки вопросов |
|-------|---|
| | Семестр 6 |
| 1 | Типы деловых встреч. Правила и формулы этикета. |

| | |
|---|--|
| 2 | Правила и нормы телефонного этикета. |
| 3 | Виды деловой переписки. Типы и структура деловых писем. |
| 4 | Правила и нормы написания резюме и сопроводительного письма |
| 5 | Рекомендации для успешного прохождения собеседования при приеме на работу. |

5.2.2 Типовые тестовые задания

не предусмотрено

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Задание 1. Письменно переведите аутентичный текст на русский язык со словарем.

Задание 2. Деловая игра «Деловые переговоры».

Примеры типовых практико-ориентированных заданий находятся в приложении к данной РПД.

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Итоговый контроль в форме зачета проводится в конце всего курса в 6 семестре для проверки достижения требуемого уровня освоения компетенций.

Письменная часть зачета проводится в форме полного письменного перевода делового документа объемом 1000-1200 печатных знаков со словарем в течение 45 мин.

На устной части зачета в виде деловой игры длительностью 45 мин. каждый студент исполняет роль и показывает результаты самостоятельной работы в группах под руководством преподавателя:

- задает вопросы и отвечает на них в ходе собеседования согласно роли при моделировании ситуации приема на работу;

- выступает с сообщением и обсуждает в группе заданные темы в области профессионально-деловых проблем.

Преподаватель выставляет общую оценку за письменную часть – перевод делового документа на основе критериев оценивания письменного перевода и за устную часть – формулирование вопросов и ответов на них в ходе собеседования (диалогическая речь), выступление на заданную тему (монологическая речь) и участие в обсуждении поставленных заданий на основе критериев оценивания .

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

| Автор | Заглавие | Издательство | Год издания | Ссылка |
|--|--|---|-------------|---|
| 6.1.1 Основная учебная литература | | | | |
| Грищенко, Н. А., Ершова, Е. О., Старшева, М. А. | Иностранный язык. Английский. (Деловая сфера коммуникации) | Красноярск: Сибирский федеральный университет | 2019 | http://www.iprbookshop.ru/100019.html |
| Шведова О. В. | Деловой иностранный язык. Немецкий язык | СПб.: СПбГУПТД | 2018 | http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=201872 |
| Костерина, Ю. Е., Ласица, М. В., Вязигина, С. Ю. | Деловой английский язык = Business English | Омск: Омский государственный технический университет | 2020 | http://www.iprbookshop.ru/115417.html |
| 6.1.2 Дополнительная учебная литература | | | | |
| Смирнова Ю. В. | Деловой иностранный язык. Английский язык | СПб.: СПбГУПТД | 2016 | http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3260 |
| Бойкова А.С., Санникова О.И. | Деловой иностранный язык (французский) | Санкт-Петербург: СПбГУПТД | 2021 | http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202106 |
| Салливан, Джей, Марченко, С. | Проще говоря: Как писать деловые письма, проводить презентации, общаться с коллегами и клиентами | Москва: Альпина Паблицер | 2019 | http://www.iprbookshop.ru/82638.html |

| | | | | |
|--|--|--------------------------------|------|---|
| Кузнецова, Е. В. | Деловой иностранный язык | Саратов: Вузовское образование | 2019 | http://www.iprbookshop.ru/85803.html |
| Санникова О. И., Спиридонова Н. С., Шликевич Т. И. | Деловой иностранный язык. Французский язык | СПб.: СПбГУПТД | 2017 | http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017124 |

| | | | | |
|---------------------------------|---|--|------|---|
| Витрук, Л. Ю., Ларина, Л. И. | Основы делового общения на французском языке | Воронеж: Воронежский государственный университет инженерных технологий | 2018 | http://www.iprbookshop.ru/86280.html |
| Крайсман, Н. В. | Французский язык. Деловая и профессиональная коммуникация | Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет | 2017 | http://www.iprbookshop.ru/79593.html |
| Шуваева, И. Н. | Немецкий язык. Деловая корреспонденция | Новосибирск: Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ» | 2018 | http://www.iprbookshop.ru/87140.html |
| Хусаинова, Г. Р. | Творческие игры для делового общения | Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет | 2017 | http://www.iprbookshop.ru/79536.html |

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

1. Академия Google: база данных научных статей. URL: <https://scholar.google.ru/> .
2. Единое окно доступа к информационным ресурсам: электронная библиотека. URL: <http://window.edu.ru/>
3. Киберленинка: научная электронная библиотека. URL: <https://cyberleninka.ru/> .
4. Мультитран: онлайн-словарь. URL: <https://www.multitran.com/> .
5. Polyglossum: онлайн-словарь. URL: <https://www.ets.ru/pg/pg/ru/index.htm> .
6. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>
7. Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus [Электронный ресурс]. URL: <https://www.scopus.com>
8. Базы данных зарубежных патентных ведомств Роспатента - Федеральной службы по интеллектуальной собственности. URL: https://rupto.ru/ru/links/base_pat_vedomstv

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

| Аудитория | Оснащение |
|--------------------|---|
| Учебная аудитория | Специализированная мебель, доска |
| Компьютерный класс | Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду |

по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика
наименование ОП (профиля): Журналистика

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Задание 1. Письменно переведите аутентичный текст на русский язык со словарем.
Английский язык

GERMANY'S MIDSIZED COMPANIES HAVE A LOT TO TEACH THE WORLD

MANAGEMENT gurus are constantly scouring the world for the next big idea. Thirty years ago they fixated on Japan. Today it is India. Yet in all this intellectual globe-trotting the gurus have sorely neglected the secrets of one of the world's great economies. Germany is the world's largest goods exporter after China despite high labour costs and a strongish euro. It is also stuffed full of durable companies that have survived hyperinflation and two world wars.

Thankfully, a couple of management thinkers have defied the boycott on Germany. On November 18th Bernd Venohr, of the Berlin School of Economics and Law, gave a fascinating talk on the "secret recipe" of the country's Mittelstand at the second annual Peter Drucker Forum in Vienna. Last year Hermann Simon, of Simon-Kucher & Partners, a consultancy, published an even more gripping sequel to his 1996 book on "Hidden Champions". Put the two together and you get a good idea of the management theory at the heart of Germany's success.

Although the term Mittelstand is sometimes applied to quite small, parochial firms, the most interesting ones are rather bigger and more outward-looking. Most shun the limelight: 90% of them operate in the business-to-business market and 70% are based in the countryside. They are run by anonymous company men, not hip youngsters in T-shirts and flip-flops.

They focus on market niches, typically in staid-sounding areas such as mechanical engineering rather than sexy ones like software. Dorma makes doors and all things door-related. Tente specialises in castors for hospital beds. Rational makes ovens for professional kitchens. This strategy helps them avoid head-to-head competition with global giants ("Don't dance where the elephants play" is a favourite Mittelstand slogan). It has also helped them excel at what they do.

Three general lessons—for politicians as well as corporate strategists—follow from this. First, you do not need to try to build your own version of Silicon Valley to prosper; it is often better to focus on your traditional strengths in "old-fashioned" industries. Second, niches that appear tiny can produce huge global markets.

The third lesson is that Western companies can preserve high-quality jobs in a vast array of industries so long as they are willing to focus and innovate. Theodore Levitt, one of the doyens of Harvard Business School, once observed that "sustained success is largely a matter of focusing regularly on the right things and making a lot of uncelebrated little improvements every day." That is a lesson that the Germans learned a long time ago—and that the rest of the rich world should take to heart.

Немецкий язык

Verbreitung und Marktvolumen

Die Druckindustrie ist eine überwiegend von Klein- und Mittelbetrieben geprägte Branche. Weltweit haben etwa 90% aller Druckereien weniger als 20 Beschäftigte. Das Wachstum der Druckindustrie wird im wesentlichen von gesamtwirtschaftlichen Faktoren, wie z.B. der Entwicklung der Industriekonjunktur und der Nachfrage der Konsumenten bestimmt. Weltweit trägt die Druckindustrie 1%–12% zu der Bruttowertschöpfung des Verarbeitenden Gewerbes bei. In den Industrieländern weist das Produktionsvolumen der Druckindustrie einen Anteil von 0,5%–4% am Bruttoinlandsprodukt (BIP) auf, währenddessen dieser Anteil in den aufstrebenden Ländern (Emerging Markets) sogar bei 20% des Bruttoinlandsprodukts liegen kann. In den USA steht die Druckindustrie als Industriezweig an 6. Stelle und zeigt damit eindeutig die wirtschaftliche Relevanz für das Land. Auf 2000 werden 430000 Druckbetriebe weltweit einen Umsatz in Höhe von 430 bis 460 Mrd. US-\$ erwirtschaften. Die Verteilung dieses Volumens auf die einzelnen Produktsegmente gibt wieder. Wichtigstes Produktsegment sind die Segmente Werbe-/Geschäftsdruck und Verpackungs-/Etikettendruck mit einem Volumen von jeweils 129 bis 138 Mrd. US-\$. Kataloge haben die volumenmäßig geringste Bedeutung. Eine Aufteilung nach Regionen ist zuzunehmen. Demnach entfallen 93% des Volumens auf Nordamerika, Zentraleuropa und Asien/Pazifik. Wichtigste Ländermärkte sind die USA, Deutschland, Großbritannien und Japan, die allein 50% auf sich vereinen.

Produktionsmöglichkeiten und Geschäftsmodelle

Die Entstehung von Printmedien ist ein vielfältiger, oft komplizierter Prozeß mit sehr unterschiedlichen Informations- und Materialströmen im Fertigungsprozeß. Mindestens genauso vielfältig sind die Anforderungen des Marktes an die Printprodukte. Zwar kann man genauso wie in anderen Industrien, z.B. der Automobilindustrie, eine eindeutig kennzeichnende Kernfunktion für Printmedien definieren: Beschichtung von materiellen Gegenständen mit feststehenden Strukturen zur visuellen Informationsaufnahme. Allerdings gibt es Überlappungen mit anderen Industrien, so dass eine eindeutige und langfristige Abgrenzung der Printmedien nicht möglich ist. Vor allem die neuen Möglichkeiten, die sich aus der Nutzung von Computertechnologien ergeben, lassen bislang nicht bekannte Medienmischungen zu. In sind beispielhaft drei wichtige Nachbarindustrien dargestellt, mit denen die Printmedienindustrie Schnittmengen hat. Die Informationsaufnahme ist heute eine zentrale Funktion der menschlichen Gesellschaft. Der Informationsbedarf ist dabei sehr unterschiedlich und führt innerhalb der Printmedien zu einer breiten Auffächerung. Eine Gliederung ist nach Herstellungstechnologien und anderen Kriterien möglich. Abbildung zeigt eine Aufteilung der Printmedien nach ihren Informationsfunktionen. Dabei ist einerseits die Art der Information aufgetragen – von rein bildorientiert bis zeichenorientiert (vorwiegend Text) –, andererseits kann Information eine direkte Funktionalität besitzen oder aber eher dekorativen Charakter haben, also vom Menschen nur als Muster wahrgenommen werden.

Eine Darstellung der Produktsegmente nach ihrer Marktsituation ist in gegeben.

Французский язык

Les prud'hommes

Avez-vous déjà entendu ce mot?

Et pourtant pour les français, il est souvent synonyme de justice et de défense des salariés.

Ce nom étrange désigne la juridiction chargée de statuer sur le droit du travail.

Mais avant d'aller plus loin, faisons un peu d'histoire.

Les origines

Tout d'abord, un peu d'étymologie...

Le mot "prud'homme" vient de l'ancien français "prodome" signifiant "homme preux, vaillant ou courageux". Il est formé à partir du verbe latin "prodesse" traduit par "être utile"

C'est au XI^{ème} siècle qu'il désigne une catégorie de personnes, "les défenseurs des métiers", qui avaient fonction de juges et médiateurs entre les travailleurs d'une même profession.

Par exemple un litige entre deux pêcheurs était tranché par un "prud'homme", lui-même pêcheur, ce qui assurait une meilleure compréhension du problème. Pendant deux siècles, Paris a été la seule ville à bénéficier de cette juridiction spéciale. Ces "prud'hommes" regroupés en conseils, étaient élus par les travailleurs de leurs professions respectives.

Les conseils de "prud'hommes" de pêcheurs existent encore aujourd'hui avec sensiblement les mêmes attributions. Mais c'est à partir de 1905 que cette juridiction devient indépendante puis en 1979 elle est étendue à tout le pays.

Compétence

Salaires, congés payés, primes, licenciement individuel... Le conseil de prud'hommes règle les litiges qui surviennent entre les salariés ou apprentis et leurs employeurs à l'occasion du contrat de travail (contrat à durée indéterminée, contrat à durée déterminée, contrat d'apprentissage, etc). Il est donc compétent :

pour reconnaître l'existence ou la validité d'un contrat de travail ;

pendant l'exécution du contrat (litiges concernant les salaires, primes, congés, discrimination, formation, etc) ;

lors de la rupture du contrat (licenciement, indemnisation, clause de non-concurrence, durée légale du préavis de départ, etc).

La compétence des conseils de prud'hommes porte seulement sur les litiges d'ordre individuel. Ainsi, les conflits mettant en jeu des intérêts collectifs n'en relèvent pas (élections professionnelles, interruption d'une grève, problèmes d'interprétation d'une convention collective ou d'un accord collectif entre une organisation syndicale et un employeur, etc).

Composition

Le conseil de prud'hommes est composé de quatre juges non professionnels : deux conseillers élus par les employeurs et deux autres par les salariés. Les conseillers prud'hommes sont donc des acteurs de terrain conscients de la réalité des affaires auxquelles ils sont confrontés.

Le conseil se divise en cinq sections autonomes correspondant aux différents secteurs d'activité :

- l'agriculture ;

- l'industrie ;

- le commerce ;

- l'encadrement (cadres et salariés assimilés quel que soit leur secteur d'activité) ;

- les activités diverses (activités libérales, artistiques, enseignement, employés de maison, concierges, gardiens d'immeuble, etc).

Un président et un vice-président sont élus tous les ans pour gérer chaque section. Ces fonctions sont occupées alternativement par un conseiller salarié puis un conseiller employeur. Chaque section comporte différents bureaux :

La saisine du conseil de prud'hommes entraîne une procédure préalable de conciliation entre les parties devant le bureau de conciliation et d'orientation. Si les parties ne parviennent pas à un accord, elles sont renvoyées devant le bureau de jugement.

Le bureau de conciliation et d'orientation est composé d'un conseiller prud'homme employeur et d'un conseiller prud'homme salarié. Le passage devant ce bureau est obligatoire sauf exception. En effet, si le litige concerne une prise d'acte, la requalification d'un CDD en CDI ou une convention de stage en contrat de travail, l'affaire ne passe devant le bureau de conciliation et d'orientation mais est directement examinée devant le bureau de jugement, dans le mois qui suit la saisine. Durant l'audience, le bureau de conciliation et d'orientation incite les parties en conflit à trouver un accord. Chaque partie apporte ses explications et peut être entendue par les deux conseillers du bureau sans l'autre partie et dans la confidentialité. En cas d'accord entre les parties, le litige prend fin avec la rédaction du procès-verbal d'accord entre les parties. En cas de désaccord, l'affaire est renvoyée devant le bureau de jugement.

Si le litige porte sur un licenciement ou une demande de résiliation judiciaire, alors le bureau de conciliation et d'orientation peut orienter les parties, avec leur accord, devant le bureau de jugement en formation restreinte (un conseiller prud'homme employeur et d'un conseiller prud'homme salarié). Cette formation doit statuer dans les 3 mois.

Si le litige porte sur un autre motif, alors le bureau de conciliation et d'orientation oriente les parties devant le bureau de jugement en formation de droit commun (deux conseillers prud'hommes employeurs et deux conseillers prud'hommes salariés). A la demande des parties ou si la nature du litige le justifie, le bureau de jugement est présidé par un juge professionnel.

Pour les litiges dont le montant dépasse 4000 euros, un appel est possible dans un délai d'un mois devant la Cour d'appel. Pour les litiges dont le montant n'atteint pas ce seuil, un recours pourra être exercé devant la Cour de cassation dans un délai de deux mois.

Задание 2. Деловая игра «Деловые переговоры»

Английский язык

Вы возглавляете проект по созданию новой компании. Представьте себе, что вам необходимо провести деловые переговоры с французскими партнерами. Продумайте, чем занимается ваша фирма, каков предмет переговоров, ваши цели и задачи. Кто будет участвовать в переговорах?

Каждый готовит свою часть презентации проекта, пишет деловое письмо с предложением, и выступает перед аудиторией, затем отвечает на вопросы.

Распределите роли (руководитель проекта, финансовый директор, директор по маркетингу, директор по производству, директор по ИТ, директор по рекламе) и составьте проект по плану:

План презентации компании (Company presentation plan)

1. Basic facts. The company started in (year). The head office is in (city, country). The company deals with _____ our clients/customers who are people aged from ___ to _____. We have (number) branches/ offices in (city, country).

2. Figures. We have an annual turnover of about _____. / Our circulation is about _____ . We have a workforce of just over _____ employees.

3. Plans. We plan to open new offices/extend the company. We take part in different types of projects. We are very excited about new developments.

4. Career opportunities. If you are ambitious, we have opportunities in all areas of our business. We will welcome you with open arms.

Useful language

to have a lot to offer

to be competitive, ambitious, successful

get good results
to have a lot of experience
lead a team well
organize people
to be a very fast learner
to go on training course

Французский язык

Вы возглавляете проект по созданию новой компании. Представьте себе, что вам необходимо провести деловые переговоры с французскими партнерами. Продумайте, чем занимается ваша фирма, каков предмет переговоров, ваши цели и задачи. Кто будет участвовать в переговорах?

Каждый готовит свою часть презентации проекта, пишет деловое письмо с предложением, и выступает перед аудиторией, затем отвечает на вопросы.

Распределите роли (руководитель проекта, финансовый директор, директор по маркетингу, директор по производству, директор по ИТ, директор по рекламе,) и составьте проект по плану.

Au rendez-vous de travail

Voici ma carte de visite. Je suis ingénieur. Mais dans ma compagnie je suis directeur commercial.

Alors, passons à nos affaires, Monsieur-----.

Nous voulons élargir et améliorer notre production. Pour le moment nous importons plusieurs produits fabriqués en Europe occidentale. Nous savons que votre compagnie produit l'équipement nécessaire pour nous. C'est pourquoi nous sommes intéressés à votre équipement.

- Je dois vous dire que nous avons considérablement amélioré la qualité de notre équipement et, en outre, nous avons baissé son prix.

-Je pense que notre directeur commercial doit visiter votre compagnie pour voir votre production.

-D'accord. Je peux vous présenter quelques matériels publicitaires pour étudier les caractéristiques principales de notre équipement -Merci, Monsieur Laroche, pour l'information. Notre chauffeur vous ramènera à l'hôtel pour vous reposer.

A demain, Messieurs, au revoir.

Немецкий язык

Вы возглавляете проект по созданию новой компании. Каждый готовит свою часть презентации проекта и выступает перед аудиторией, затем отвечает на вопросы.

Распределите роли (руководитель проекта, финансовый директор, директор по маркетингу, директор по производству, директор по ИТ, директор по рекламе,) и составьте проект по плану:

Grundlegende Fakten: Das Unternehmen besteht seit (Jahr). Der Hauptsitz befindet sich in (Stadt, Land). Das Unternehmen beschäftigt _____. Unsere Kunden sind Menschen im Alter von ___ bis _____. Wir haben (Anzahl) Niederlassungen/ Büros in (Stadt, Land).

Jahresumsatz: ca. _____.

Auslandsaktivitäten: weltweit

Produktionsprogramm: Ein- und mehrschichtige flexible Verpackungsmaterialien mit Aluminiumfolie, Plastik, Papier und Karton in Rollen für Lebensmittel, Kosmetika und Pharmaka sowie blanke und veredelte Folien und Bänder für technische Anwendungen in der Kabel-, Kondensator-, Automobil- und Bauindustrie.

Angestrebtes Engagement: Lieferung unserer Produkte an Hersteller von Lebensmittel-, Pharmazie- und Kosmetikprodukten, Verpackungsmittelhersteller und an Anwender technischer Folien.

Gewünschte Geschäftskontakte: Wir suchen Geschäftskontakte zu folgenden Firmen und Organisationen: Hersteller von Packmitteln für die Lebensmittelverarbeitung, Hersteller von Milchprodukten, Butter- und Käseverarbeitung, Fleisch- und Wurstverarbeitung, Konservenindustrie, Süßwaren- und Schokoladenhersteller, Hersteller von Verschlüssen und Flaschenkappen, Hersteller von Lebensmittelkonzentraten, Hersteller von Fertiggerichten, Pharmazeutische Industrie, Anwender von blanker Aluminiumfolie und Haushaltsfolie, Kabelwerke, Kondensatorhersteller, Hersteller von Bausolierungen.

3. Pläne. Wir planen die Eröffnung neuer Standorte, erweitern das Unternehmen. Wir nehmen an verschiedenen Arten von Projekten teil. Wir sind sehr gespannt auf neue Entwicklungen.