

Министерство науки и высшего образования  
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Донецкий государственный университет»

Факультет иностранных языков  
Кафедра английской филологии



УТВЕРЖДАЮ  
проректор

*П.А. Машаров*

П.А. Машаров

29 марта 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**ДЕЛОВАЯ ПИСЬМЕННАЯ И УСТНАЯ КОММУНИКАЦИЯ НА  
ПЕРВОМ ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ**

|   |  |
|---|--|
| Укрупненная группа направлений подготовки | 45.00.00 Языкознание и литературоведение   |
| Программа высшего образования             | Программа бакалавриата   |
| Направление подготовки                    | 45.03.01 Филология   |
| Профиль подготовки                        | Зарубежная филология (английский язык и литература, немецкий / французский / испанский язык) |
| Квалификация                              | Бакалавр   |
| Форма обучения                            | Очная  |

Рабочая программа адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2024

Рабочая программа дисциплины «**Деловая письменная и устная коммуникация на первом иностранном языке**» для обучающихся по направлению подготовки 45.03.01 Филология (Профиль: Зарубежная филология (английский язык и литература, немецкий / французский / испанский язык)) составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 45.03.01 Филология, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от «12» августа 2020 г. № 986 (с изменениями и дополнениями от 26 ноября 2020 г.), Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры от 06.04.2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2024 года.

Разработчики:

доцент кафедры английской филологии,  
кандидат филологических наук, доцент



Е. В. Трофимова

старший преподаватель  
кафедры английской филологии



К. А. Шостак

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры английской филологии.  
Протокол от 26.03.2024 г. № 10.

Заведующий кафедрой



О.Л. Бессонова

СОГЛАСОВАНО:

И.о. декана факультета иностранных языков  
28.03.2024 г.



Е. И. Петрищева

Учебно-методическая комиссия факультета иностранных языков.  
Протокол от 27.03.2024 г. № 4.  
Председатель



О. Л. Бессонова

Руководитель основной профессиональной  
образовательной программы,  
д-р фил. наук, проф.  
26.03.2024 г.



О. Л. Бессонова

## 1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Требования к предварительной подготовке обучающихся, предшествующие и сопутствующие дисциплины, на которых основывается изучение данной:

дисциплины программы бакалавриата: «Первый иностранный язык» (3 курс), а также сопутствующие дисциплины «Первый иностранный язык» (4 курс).

1.2. Дисциплины, курсовые работы и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

Профессионально-ориентированный перевод, Производственная (переводческая) практика, Дипломная работа.

## 2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Общая характеристика

| Наименование показателя                         | Значение показателя  |
|---|--|
| Название образовательной программы              | 45.03.01 Филология. Зарубежная филология (английский язык и литература, немецкий / французский / испанский язык) |
| Шифр и название в соответствии с учебным планом | Б1.В.ОД.12 Деловая письменная и устная коммуникация на первом иностранном языке                                  |
| Часть образовательной программы                 | Вариативная часть: выбор обучающегося  |
| Количество зачетных единиц / всего часов        | 1,5 / 54   |

### 2.2. Распределение часов по периодам обучения

| Форма обучения | курс | семестр | Общее количество часов |              |              |                                   |       | Форма контроля |
|----------------|------|---------|------------------------|--------------|--------------|-----------------------------------|-------|----------------|
|                |      |         | лекционных             | лабораторных | практических | самостоятельной работы + контроль | всего |                |
| Очная          | 4    | 7       | –                      | 26           | –            | 28                                | 54    | зачет          |

## 3. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

Обучение практическому владению английским языком в сфере делового общения на основе развития коммуникативной, лингвистической, социокультурной и прагматической компетенций.

## 4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ КОМПОНЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ИХ ИНДИКАТОРЫ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

### 4.1. Компетенции

УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (-ых) языке (ах).

### 4.2. Индикаторы компетенций

УК-4.И-1. Выбирает на государственном и иностранном (-ых) языках коммуникативно приемлемые стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами.

УК-4.И-3. Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках

#### 4.3. Результаты обучения

УК-4.1.1. Знает нормы устной и письменной речи, принятые в профессиональной среде.

УК-4.1.2. Умеет выбирать стиль общения на государственном языке РФ и иностранном языке применительно к ситуации взаимодействия.

УК-4.1.3. Владеет иностранным языком на уровне, необходимо и достаточном для общения в профессиональной среде.

УК-4.3.1. Знает нормы письменной речи, принятые в профессиональной среде

УК-4.3.2. Умеет вести деловую переписку на государственном языке РФ и/или иностранном языке.

| Компетенции  | Индикаторы   | Результаты обучения   |
|--|--|---|
| УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (-ых) языке (ах) | УК-4.И-1. Выбирает на государственном и иностранном (-ых) языках коммуникативно приемлемые стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами                      | УК-4.1.1. Знает нормы устной и письменной речи, принятые в профессиональной среде.<br>УК-4.1.2. Умеет выбирать стиль общения на государственном языке РФ и иностранном языке применительно к ситуации взаимодействия.<br>УК-4.1.3. Владеет иностранным языком на уровне, необходимо и достаточном для общения в профессиональной среде. |
|  | УК-4.И-3. Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках | УК-4.3.1. Знает нормы письменной речи, принятые в профессиональной среде<br>УК-4.3.2. Умеет вести деловую переписку на государственном языке РФ и/или иностранном языке.  |

## 5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

| Название темы        | Краткое содержание темы (вопросы темы) |
|----------------------|--|
| 1. Building a career | 1.1. The education business.           |

|                      |  |
|----------------------|--|
|                      | 1.2. Education and career.<br>1.3. Giving reasons in interviews.<br>1.4. Writing. Cover letters.<br>1.5. Case study. Mangalia business school.                     |
| 2. Information       | 2.1. IT solutions.<br>2.2. Information systems and communication.<br>2.3. Telephoning.<br>2.4. Writing. Memos.   |
| 3. Quality           | 3.1. What quality means.<br>3.2. Quality and standards.<br>3.3. Delivering presentations.<br>3.4. Procedures and instructions.                                     |
| 4. Feedback          | 4.1. The project team.<br>4.2. Managing people and projects.<br>4.3. Coaching.<br>4.4. Writing. Reports.   |
| 5. Selling more      | 5.1. Viral marketing.<br>5.2. The marketing mix.<br>5.3. Dealing with objections.<br>5.4. Writing. Mail shots and sales letters.<br>5.5. Brackchat communications. |
| 6. New business      | 6.1. Self-financing.<br>6.2. Funding a start-up.<br>6.3. Taking questions in presentations.<br>6.4. Writing. An executive summary.                                 |
| 7. Financial control | 7.1. Accountants.<br>7.2. Financial documents and regulation.<br>7.3. Writing. Communicating in meetings.<br>7.4. Minutes.   |
| 8. Fair trade        | 8.1. Fair trade or free trade.<br>8.2. Contracts and corporate ethics.<br>8.3. Negotiating a compromise.<br>8.4. Writing. Assertive writing.                       |

## 6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Форма обучения – очная, курс – 4, семестр – 7

| Наименования разделов и тем | Количество часов |        |        |            |       |
|-----------------------------|------------------|--------|--------|------------|-------|
|                             | Лекц.            | Лабор. | Практ. | СРС<br>+ К | Всего |
| 1. Building a career        |                  | 4      |        | 4          | 8     |
| 2. Information              |                  | 4      |        | 4          | 8     |
| 3. Quality                  |                  | 3      |        | 4          | 7     |
| 4. Feedback                 |                  | 3      |        | 4          | 7     |
| 5. Selling more             |                  | 3      |        | 3          | 6     |
| 6. New business             |                  | 3      |        | 3          | 6     |
| 7. Financial control        |                  | 3      |        | 3          | 6     |
| 8. Fair trade               |                  | 3      |        | 3          | 6     |
| ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ОПОП    |                  | 26     |        | 28         | 54    |

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 7.1. Контрольные вопросы

1. Conventional company types and structures.
2. How is work organized? Focus on the corporate and social responsibility.
3. Company finance: basic notions and rules.
4. Peculiarities of work culture.
5. Risks and opportunities in mergers and acquisitions.
6. Specific features of a business report.
7. Career choices, personal skills and qualities: what to pay attention to during a job interview.
8. CV and cover letter: their types, structure and essentials.
9. Product development: strategy and stages.
10. Is packaging significant for a consumer?
11. How to write an effective product description?
12. Delivering oral presentations – is it different from Power Point presentations?
13. Retailing: what should retailers/e-tailers do to make customers buy products?
14. Negotiations: strategies and rules to be borne in mind.
15. Company and community: should companies consider corporate social responsibilities, such as the social and environmental effects of its activities on its employees and the community around it?
16. Corporate culture: what specific practices and policies do you suggest as “a good corporate citizen”?
17. Mergers and acquisitions: how are M&A perceived by employees, shareholders, customers?
18. Mergers and acquisitions: what risks is the board of directors expected to face in case of M&A?
19. Business performance: steps to be taken to make business performance successful.
20. Export sales: problems businessmen anticipate when they start to export and possible solutions to be provided.
21. International trade: the primary methods of payment in international trade.
22. Making deals: strategies and rules to be borne in mind when negotiating.
23. Mergers and acquisitions: pros and cons of taking over a business.
24. Company and community: the “golden rules” an international company is suggested to follow.
25. Business performance: the steps to make business taken over successful.
26. Retailing: how does the package influence the sales?
27. Customer support: the main principles peculiar to the hotline operators when dealing with the problems.

### 7.2. Темы для индивидуального бизнес-проекта

1. Collection of brand clothing / shoes.
2. Cosmetic business (natural, organic, etc.).
3. Production of accessories for pets.
4. Zoo shop.
5. Takeaway business.
6. Restaurant / café (coffee-, tea-house, etc.) chain.
7. Anti-cafe.
8. Coffee / tea & bakery shop (mobile, eco-friendly, premium, etc.)
9. Book store.
10. Thrift shop.

11. Toy production.
12. Tour agency.
13. Online Internet marketplace.
14. Graphic designing company.
15. Recycling company.
16. Astrological consulting agency.

### 7.3. Образец модульной контрольной работы

#### Модульная контрольная работа

##### Вариант № 1

1. Choose the word that matches the definition.
2. Decipher the following abbreviations. Explain the difference between the roles of the CEO and COO.
3. Read the article and answer the questions. For each question mark one letter (A, B, C or D) for the answer you choose.
4. Complete the text with the words in the box.
5. Translate the article making use of the topical vocabulary.

#### Module Test

Task 1. Choose the word that matches the definition.

shareholder  
consumer  
wholesaler  
dividends  
tax  
revenue  
cost  
price  
investment  
shares

Task 2. Decipher the following abbreviations. Explain the difference between the roles of the CEO and COO.

1. CEO
2. COO
3. CFO
4. HR (department)
5. PLC
6. Ltd

Task 3. Read the article Selecting your business name and answer the questions. For each question mark one letter (A, B, C or D) for the answer you choose.

## SELECTING YOUR BUSINESS NAME

The right business name is important. If you choose the wrong one, you might end up with something that sends all the wrong messages. To be successful, your business name needs to define your identity and say what's special about what you are offering. Think about the market you want to sell into, and why your customer will prefer to buy YOUR product or service rather than someone else's. A good business name is one that tells customers what to expect. For example, Early Learning Centre appeals to parents because it tells them that the toys it sells are educational.

Illiterate names have caught on everywhere, that is names that involve deliberately misspelled words. Kwik-Fit, the company that promises to fit car parts speedily, was one of the first in the UK. The name was the brainchild of Kwik-Fit's chief executive, who, as a schoolboy, earned extra pocket money cleaning ovens. He advertised himself as Kookers Kleaned! Some people grumble about these misspellings, arguing, for example, that children will copy them, but even these purists don't hesitate to buy an ice cream from Phun Phlavours! These misspellings work because they catch the eye. The trouble is, as more and more are invented, they lose their impact.

But unusual names are not always the most effective. Names like Tie Rack or Body Shop which just say what your company is about can work just as well. They are short, and they have an honest no-nonsense ring to them. Sometimes using a personal name can achieve the same effect: Laura Ashley projects a gentle and elegant image that makes the customer feel comfortable about buying that company's products.

If you are providing a service, decide whether your company name should describe your customer's problem or your unique solution to the problem. For example, a vehicle breakdown service could call itself Panic Breakdowns, which only serves to emphasize the negative state of mind of the customer; or Instant Rescue, which sends out a reassuring message that help is at hand. Which name would you select if you had a burst water pipe: Flood Warning or Peace of Mind?

Consider too the impact your name will have when people hear it or read it. What effect does it have when spoken over the telephone? Snappy Happy Snaps may describe your photographic agency, but it sounds ridiculous over the phone. When your name appears in Yellow Pages or similar directories, usually amongst a hundred others offering a similar service, you want yours to be the one that catches the eye. One trick is to ensure that the first letter of your name appears early in the alphabet. A business in Finland called itself by the meaningless name Quello, simply because there is no letter Q in Finnish, so Quello was the only entry in the directory under that letter!

If you deal with overseas customers, check that your name won't cause you problems. A good translation agency will help you avoid the trap of choosing a name that means something offensive in another language. There is a famous case of a stick deodorant manufactured by an Asian company who had selected a name which meant something really bad in English. The matter was made worse by the instruction printed on it in English, which read 'Push up bottom'.



- 13 According to the writer, a business name is a good one if it
- A identifies your market needs.
  - B avoids confusion with other companies.
  - C creates a different kind of image.
  - D persuades people to use your company.
- 14 What is the writer's attitude to the use of illiterate names?
- A They have been used so much that people no longer notice them.
  - B They are bad because children will learn wrong spellings.
  - C They are good because people find them amusing.
  - D They fail to describe the service or product accurately.
- 15 What does the writer like about simple company names?
- A They accurately describe the product.
  - B They inspire confidence.
  - C They give a personal touch.
  - D They are easy to remember.
- 16 Which name, Flood Warning or Peace of Mind, would the writer probably prefer?
- A Flood Warning because it shows the company understands the problem.
  - B Peace of Mind because Flood Warning sounds more serious than a burst pipe.
  - C Peace of Mind because it is designed to comfort the customer.
  - D Flood Warning, because few people know the expression 'peace of mind'.
- 17 According to the writer, you can help to make your company name stand out by
- A using an initial letter that gets your name into the front of directories.
  - B making sure the name of your company has an unusual letter in it.
  - C choosing a short name that people can say easily over the phone.
  - D putting your advertisement in several different directories.
- 18 What advice does the writer give to companies who sell overseas?
- A Provide a translation of your company name into your customer's language.
  - B Use a good translation agency to translate the product instructions.
  - C Describe your product in simple language that a foreign customer can understand.
  - D Be sure that your company name is not a rude word in another language.

Task 4. Complete the text with the words in the box.

breathing   carry out   feedback  
guiding   issuing   report back

The ability to lead teams is a key skill in the modern business world. The team leader has to move between a variety of approaches: 1\_\_\_\_\_ instructions and supervising closely at times, 2\_\_\_\_\_ and encouraging and offering advice at other times.

The team leader is of course responsible for monitoring overall 3\_\_\_\_\_, but once the team is up and running, and the objectives and team roles are clearly defined, then he or she may be able to take a back seat for short periods of time.

Team members like to feel that they can 4\_\_\_\_\_ their roles without the leader breathing down their neck all the time. However, they do need to 5\_\_\_\_\_ regularly, and the team leader is expected to give them constructive 6\_\_\_\_\_ on their performance.

Task 5. Translate the article making use of the topical vocabulary.

Финансовые стимулы правительств во время пандемии коронавируса позволили потребительским расходам расти. Так, предложение перестало успевать за спросом, оставляя его неудовлетворенным из-за дефицита, который The Economist назвал главным препятствием для роста мировой экономики.

Мировые стимулы для поддержания экономики в размере \$10,4 триллиона в период пандемии коронавируса позволили покупателям тратить на товары больше, чем обычно. Вместе с тем потребительский спрос не мог быть удовлетворен из-за глобальных сбоев в цепочках поставок. Производство сократилось, поскольку разные секторы столкнулись с нехваткой сырья, товарных контейнеров, складов и водителей грузовиков.

The Economist подчеркивает, что торговля не происходит из соображений финансовой эффективности, а преследует ряд целей: от навязывания трудовых и экологических требований за рубежом до наказания геополитических оппонентов.

По данным Международного валютного фонда (IMF), неудовлетворенный потребительский спрос и накопленные сбережения, подпитываемые стимулами со стороны государств, стали причиной роста инфляции. Вместе с ними влияние оказали быстро растущие цены на сырьевые товары, нехватка производственных ресурсов и сбои в цепочке поставок.

## 8. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Общая оценка знаний обучающихся по дисциплине проводится по 100-балльной шкале согласно таким критериям, приведенным в таблице ниже. Организационно-учебная работа обучающегося в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, активность во время проведения лабораторных занятий (вопросы преподавателю по теме теоретического материала, участие в обсуждении пройденного материала и т.п.).

### 8.1. Семестр 7

| Номера тем            | Виды работ                                | Максимальное количество баллов |
|-----------------------|---|--------------------------------|
| 1-8                   | Организационно-учебная работа в аудитории | 20                             |
|                       | Самостоятельная работа                    | 15                             |
|                       | Модульная контрольная работа              | 25                             |
| ИТОГО                 |   | 60                             |
| Зачет                 |   | 40                             |
| Общий итог за семестр |   | 100                            |

### Соответствие баллов оценке

| Количество баллов из 100 | ECTS | Оценка по пятибалльной шкале      |         |
|--------------------------|------|-----------------------------------|---------|
|                          |      | Экзамен, дифференцированный зачет | Зачет   |
| 90-100                   | A    | отлично                           | зачтено |

|       |    |                     |            |
|-------|----|---------------------|------------|
| 80-89 | B  | хорошо              | зачтено    |
| 75-79 | C  |                     | зачтено    |
| 70-74 | D  | удовлетворительно   | зачтено    |
| 60-69 | E  |                     | зачтено    |
| 35-59 | FX | неудовлетворительно | не зачтено |
| 0-34  | F  |                     | не зачтено |

## 9. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- 1) для слепых и слабовидящих:
  - задания оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
  - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом.
- 2) для глухих и слабослышащих:
  - задания оформляются в виде электронного документа;
  - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
  - экзамен проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- 3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - задания оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере;
  - зачет проводится в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- 1) для слепых и слабовидящих:
  - в печатной форме увеличенным шрифтом;
  - в форме электронного документа;
- 2) для глухих и слабослышащих:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.
- 3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.

## 10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия проводятся в главном корпусе (г. Донецк, пр. Гурова, 6). Для проведения лабораторных занятий используется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для обучающихся, рабочее место преподавателя. Выход в Интернет проводной или с использованием Wi-Fi.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, материально-техническая база учебных лабораторий (ауд. 903, 906).

Обучающиеся имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования ФГБОУ ВО «ДонГУ». При изучении дисциплины применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

С использованием ресурсов платформы дистанционного образования осуществляется текущий контроль знаний обучающихся на основе тестирования и проверки результатов самостоятельной работы.

## 11. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

### 11.1. Основная литература

1. The Business Upper-intermediate / ed. by John Allison, Jeremy Townend, Paul Emmerson. – Macmillan, 2009. – 150 p.

### 11.2. Дополнительная литература

1. Израилевич, Е. Е. Деловая корреспонденция и документация на английском языке / Е. Е. Израилевич. – М.: ЮНБЕС: Иностр. яз., 2001. – 496 с.

2. Appleby, Robert C. Modern Business Administration. – 6th ed. – London: Pitman Publ., 1994. – 500 p.

3. Norman, S. We're in business: English for commercial practice and international trade. – Harlow: Longman, 1995. – 135 p.

## 12. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. **Национальная электронная библиотека (НЭБ):** федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. – Москва, 2019- . – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.03.2023). – Режим доступа: свободный, подписка. Необходима установка программного обеспечения. – Текст: электронный.

2. **eLIBRARY.RU:** научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000. – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.03.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

3. Научная электронная библиотека **«КиберЛенинка»:** сайт / Ассоциация «Открытая наука». – Москва, 2014. – URL: <https://cyberleninka.ru/>. – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

4. Электронно-библиотечная система **«Лань»:** [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 01.03.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

5. **ЭБС Юрайт:** электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2013. – URL: <https://biblio-online.ru> (дата обращения: 01.03.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

6. **Электронно-библиотечная система ДонГУ:** сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». – Донецк, 2016. – URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 01.03.2023). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

7. **Электронный каталог** Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 01.03.2023). – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – для пользователей ДонГУ.

8. **Электронный архив** ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 01.03.2023). – Режим доступа: свободный.

### 13. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДонГУ № 46484614)
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДонГУ № 46472919)
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы Dream Spark для высших учебных заведений)
4. Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).