

**ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА**  
**ДЕПАРТАМЕНТ ЯЗЫКОВОГО ОБУЧЕНИЯ**  
**КАФЕДРА ЗАПАДНОЕВРОПЕЙСКИХ ЯЗЫКОВ**

---

**УТВЕРЖДАЮ :**  
**Ректор:**  
**(Профессор д-р Пл. Илиев)**

**У Ч Е Б Н А Я   П Р О Г Р А М М А**

**ПО ДИСЦИПЛИНЕ: “НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК”;**

**ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ: „Международный туризм“; ОКС „бакалавр“**

**КУРС ОБУЧЕНИЯ: 1; СЕМЕСТР: 2;**

**ОБЩАЯ СТУДЕНЧЕСКАЯ НАГРУЗКА: 90 ч.; в т.ч. аудиторная 30 ч.**

**ЗАЧЕТНЫЕ ЕДИНИЦЫ (КРЕДИТЫ): 3**

**РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ ЗАНЯТИЙ СОГЛАСНО УЧЕБНОМУ ПЛАНУ**

<i>ВИД УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ</i>	<i>ВСЕГО ЧАСОВ</i>	<i>НЕДЕЛЬНАЯ НАГРУЗКА (часы)</i>
ЛЕКЦИИ	-	-
УПРАЖНЕНИЯ (семинарские занятия/ лабораторные упражнения)	30	2
ВНЕАУДИТОРНАЯ ЗАНЯТОСТЬ	60	-

**Подготовили программу:**

1. ....  
(ст. пр. Е. Пенчева)
2. ....  
(ст. пр. М. Попова)

**Заведующий кафедрой Западноевропейских языков: .....**

**(ст. пр. Соня Щерева)**

## I. АННОТАЦИЯ

Цель обучения в течение второго семестра – углубить и закрепить знания студентов в овладении немецким языком. На основе подходящих текстов и системы упражнений студенты приобретают умения пользоваться языком не только в сфере общеразговорного языка, но и в сфере своей профессиональной ориентации. На этом этапе они знакомятся с особенностями книжных стилей, учатся строить собственные высказывания.

## II. ТЕМАТИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ

№. по порядку	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМ И ПОДТЕМ	КОЛИЧЕСТВО ЧАСОВ		
		Л	СЗ	ЛУ
<b>Тема 1. Firmenbesuche</b>			<b>4</b>	
1.1	Organisation der Firmenbesuche			
1.2	Programm – Anreise, Empfang, Unterbringung, Arbeitsprogramm, Freizeitprogramm			
1.3	Redemittel und kommunikative Fähigkeiten – Gäste empfangen, Kontakte aufnehmen, sich und das Unternehmen präsentieren			
<b>Тема 2. Telefongespräche in der Firma</b>			<b>4</b>	
2.1	Private und Geschäftstelefonate			
2.2	Nacharbeitung der Telefongespräche			
2.3	Redemittel. Kommunikative Fähigkeiten zum Thema entwickeln			
<b>Тема 3. Auf der Suche nach einer Arbeitsstelle</b>			<b>4</b>	
3.1	Bewerbung. Bewerbungsunterlagen			
3.2	Vorstellungsgespräch			
3.3	Rollenspiel			
<b>Тема 4. Produkt – und Preispolitik</b>			<b>6</b>	
4.1	Markterschließung			
4.2	Produktpolitik			
4.3	Preispolitik			
<b>Тема 5. Werbung</b>			<b>4</b>	
5.1	Aufgaben der Werbung			
5.2	Arten von Werbung			
5.3	Werbestrategie erarbeiten			
<b>Тема 6. Messen und Ausstellungen</b>			<b>4</b>	
6.1	Ziele der Aussteller und der Besucher			
6.2	Planung und Vorbereitung einer Messeteilnahme			
6.3	Redemittel. Kommunikative Fähigkeiten zum Thema entwickeln			
<b>Тема 7. Geld und Währung</b>			<b>4</b>	
7.1	Eigenschaften und Funktionen des Geldes			
7.2	Zahlungsformen			
7.3	Redemittel. Kommunikative Fähigkeiten zum Thema entwickeln			

### **III. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ:**

<b>№. по порядку</b>	<b>ВИД И ФОРМА КОНТРОЛЯ</b>	<b>Количество часов</b>	<b>ВАЗ ч.</b>
<b>1.</b>	<b>Текущий контроль (во время семестра)</b>		
1.1.	Презентация	<b>1</b>	<b>10</b>
1.2.	Тест (с разнообразными открытыми и закрытыми вопросами)	<b>2</b>	<b>30</b>
1.4.			
<b>Всего часов для текущего контроля:</b>		<b>3</b>	<b>40</b>
<b>2.</b>	<b>Конечный контроль (во время сессии)</b>		
2.1.	Экзамен (тест)	<b>1</b>	<b>20</b>
<b>Всего часов для конечного контроля:</b>		<b>1</b>	<b>20</b>
<b>Всего часов для всех форм контроля:</b>		<b>5</b>	<b>60</b>

### **IV. ЛИТЕРАТУРА**

#### **ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ (ОСНОВНАЯ) ЛИТЕРАТУРА:**

Eugen N. Miller: *Geldwesen, Wirtschaft, Business* – Verlag „Sprache und Literatur“, Ulyanovsk, 2001

#### **РЕКОМЕНДАТЕЛЬНАЯ (ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ) ЛИТЕРАТУРА:**

Jörg Gründahl & Martin Lerach: *Einfach lernen! Mikroökonomie* – Ventus Publishing ApS, 2006

Becker, Braunert, Schlenker: *Unternehmen Deutsch Grundkurs* – Ernst Klett Sprachen GmbH, Stuttgart, 2004

Thommen J.-P.: *Managementorientierte Betriebswirtschaftslehre* – Zürich: Versus, 2000