

---

# **ДЕЛОВОЙ АНГЛИЙСКИЙ**

Составила преподаватель кафедры  
«Иностранные языки» Богданова Д.В.

# Деловое Английское Письмо

---



---

Деловые письма на английском языке достаточно формальны. Стиль – подчеркнуто вежливый, как можно меньше фраз, допускающих двойное толкование, и жестко заданная структура. Форматирование абзацев – без использования отступа первой строки. В начале письма (верхний левый угол) указывается ФИО отправителя, а также название и адрес компании, в которой он служит. За ним следует имя адресата и компании-получателя. Дата отправления письма может быть указана либо тремя строчками ниже, либо в правом верхнем углу письма. В центре находится основной текст. Традиционно, начало главной мысли письма – с причины обращения (конструкция вида “I am writing to you to...”). Завершается главная мысль благодарностью за оказанную помощь (“Thank for you prompt help”) и конструкций вида «искренне ваш». Может быть применено либо “Yours sincerely” (при знакомстве автора с адресатом), либо “Yours faithfully” (если автор с адресатом незнаком). Четырьмя строчками ниже ставится ФИО и должность, а в полученном промежутке – подпись.

Существует типы писем, которые употребляются чаще всего. Первый – это запрос на получение информации о каком-либо продукте или услуге (Inquiry Letter). Он начинается с обращения (так как обращение идет к незнакомому человеку, то идет либо “Dear Sir or Madam”, либо “Dear sirs”). По правилам написания деловых писем, после этого идет информация о компании – авторе запроса, собственно запрос на получение данных и список дополнительных вопросов, интересующих сильнее всего. Завершается все подписью.

В ответ на такое письмо отправляется письмо ответ. Оно должно произвести хорошее впечатление на будущего клиента, поэтому нужно, чтобы оно было подробным и грамотно составленным. Как обычно, начинается с обращения. Затем нужно поблагодарить за уделенное внимание, описать, каким образом передана информация («в приложенном пакете вы найдете...»), ответить на дополнительные вопросы, высказать надежду на плодотворное сотрудничество, и, естественно, подписаться.

Следующий тип – письмо-рекламация, по поводу недостатков приобретенных товаров и услуг. Оно начинается с обращения, описания товара или услуги, суть проблемы и требования по ее поводу, и наконец, подпись.

В ответ на него отправляется Apology Letter. Его задача – выразить свои сожаления по поводу проблемы и пути решения, предлагаемые вашей компанией. Структура – обращение, благодарность за информирование о проблеме, извинения (желательно от вас лично), описание шагов, которые предпримет компания, и наконец надежды, что ваше сотрудничество будет продолжено, несмотря на сложившуюся ситуацию.

---

# Письмо-Заказ на Английском Языке

---



В международном бизнесе, конечно, очень часто приходится составлять письма-заказы на английском языке. Если фирма имеет хорошее предложение, то вскоре последуют заказы. Теперь остается иметь дело с деловой корреспонденцией, что может оказаться рутинной. Но поставщик должен обеспечивать дружеские, поддерживающие отношения и в начале переписки, и в дальнейшем. На каждой стадии общения он должен показывать покупателю, что главная цель – это обслужить его наилучшим образом. Однако сложности могут возникнуть в любое время – могут возникнуть незамеченные ранее проблемы или разногласия. Все эти вещи необходимо объяснить и решить, и поэтому в деловом письме нужно аккуратно подбирать формулировки, чтобы клиент оставался с хорошим мнением о вашей фирме. Другими словами, каждое ваше письмо должно быть «немым продавцом» и последующей рекламой пишущего. Формальную фразеологию стоит использовать в формальных письмах, извещениях и инструкциях: We have pleasure in ordering the following articles from you winter catalogue...

Покупатель часто не так переборчив в выборе стиля и составляет деловые письма кратко и по существу, но современная тенденция деловой корреспонденции склоняется к более неформальному письму. Иногда правила учтивости ничего не приносят; зато дружеское послание часто приносит такой же результат. Thank you for letting us some samples of... Please send us at once...

Что точно всегда необходимо, – это точность при составлении заказа. Ошибку в указании номера каталога или опечатка в колонке количества предметов товара часто нет возможности и времени исправить. Поэтому нужно проверить написанное письмо-заказ дважды. The minimum quantity must be 300 kg. But we would accept up to a maximum of 500 kg. if the quality is high.

Ясность также необходима. Покупатель должен объяснить продавцу, что именно он хочет купить. В экспортном бизнесе, помимо описания товара, также важны и другие вещи: например, способ транспортировки, упаковка, доставка, замена, страховка, или способы оплаты, если они не были обговорены заранее: If pattern no. 54 is not available please send 55, 56 or 57 instead.

Далее, покупатель может потребовать специальные документы, которые регулируют правила импорта. Об этих документах нужно сделать запрос, так как поставщик не всегда знает, какой именно документ нужен покупателю. Большие предприятия часто используют специальный бланк экспортного заказа, где печатаются специальные требования и детали поставки: The amount of the invoice will be charged to your account.

Общие элементы письма-заказа могут быть такими:

- \* посылка на деловую встречу с представителем, на объявление или каталог, или на предыдущую корреспонденцию. Это правило подходит только для первого заказа. При последующих заказах можно начать письмо с:
- \* деталей заказываемого товара: количество, качество, номер каталога, упаковка и др.
- \* условия и ограничения
- \* альтернативы, приемлемые, если нет нужного товара
- \* заключающее предложение, например, побуждающее продавца обслужить заказ быстро и аккуратно.

# Резюме на Английском языке

---



---

Перед составлением резюме на английском языке, стоит подумать. Существует несколько основных стилей, каждый из которых можно применять. У каждого из них есть свои преимущества и недостатки, поэтому в вашем случае надо решить, для кого вы его составляете. Естественно, что цель всегда одна – получить интересную и высокооплачиваемую работу. Однако стоит оценить, ведь каким-то фирмам в первую очередь нужна безупречная трудовая биография, и они скорее предпочтут опытного и надежного сотрудника, чем гениального и нестабильного. Стиль управления в другой, напротив, ставит приоритетом способности, а опыт вторичен. У фирм, работающих с людьми творческих профессии, тоже есть свой стиль. Наконец при подаче заявления в кадровое агентство, надо искать некую «золотую середину».

Как правило, резюме, независимо от языка, можно составить в трех основных ключах, каждый из которых строится в своем стиле.

Комбинированный тип как раз и можно назвать той самой «золотой серединой». В нем достаточно подробно описывается, где, когда и что вы делали (хотя и без излишних подробностей), и, одновременно с этим, предоставляется и список достижений, способностей и навыков. Такое резюме на английском языке можно с чистой душой отправить и в кадровое агентство, и в большинство компаний, его можно назвать и «наиболее честным».

Функциональный тип, напротив, подразумевает минимум информации о стаже работы – об этом вообще либо не упоминается (что может показаться потенциальному нанимателю весьма подозрительным), либо раскрывается вкратце. При этом способности, достижения и навыки перечисляются вплоть до самых мельчайших подробностей (хотя упоминать замену лампочек после конца рабочего дня будет излишним). Такой тип удобен, если с трудовым стажем были какие-то проблемы, либо он очень невелик.

Наконец, хронологический тип резюме строится по принципу – чем точнее описан стаж, тем лучше. При этом функциональные обязанности описываются в общих чертах. Такой стиль резюме наиболее выгоден в том случае, если вы имеете длительный стаж и активно продвигались по службе (даже если некоторые из должностей были синекурами).

Напоследок – важное напоминание. В англоязычном резюме должен быть только идеальный английский. Каким хорошим специалистом вы бы не были, наниматель трижды подумает, стоит ли связываться с сотрудником, не знающим языка, и, скорее всего, предпочтет кого-нибудь, пусть даже и с меньшим опытом.

---

# Составление Презентации

---





---

Во время презентации на английском языке важно выделить главные пункты своего сообщения и специально на них указать. Здесь нам на помощь придут глаголы в повелительном наклонении, которые смогут сориентировать и привлечь внимание любого, даже невнимательного слушателя. Это призывы **Note! Notice! Take notice! Mark! Pay attention!**

Давайте разберемся, когда какой из них лучше использовать.

**Notice** широко употребляется в самых разнообразных выражениях и переводится с английского как замечать, обратить внимание. *She was wearing new shoes but I didn't even notice.*

**Take notice** выбираем, когда в предложении есть оттенок негативного отношения, например, кто-то намерено и пренебрежительно не обращает внимание на кого-то: *Susan is always making sarcastic remarks about my work. – Take no notice!*

Идиома **Pay Attention** также привлекает внимание слушателя к речи говорящего. Но говорящий всегда имеет в виду при этом сознательное намерение направить внимание всех в нужное ему русло. Вспомните своего школьного учителя английского языка, который часто твердил: **Pay attention to my words!** Именно из-за этого **Pay attention!** редко употребляется в разговорной речи, зато полезно во время презентации.

**Notice** и **note** похожи, но имеют маленькое различие.

**Note** обращает внимание и призывает обдумать и запомнить на будущее. Оно более официально. **A notice** добавляет в сообщение оттенок уведомления, например: *to give a notice* – ставить в известность, делать предупреждение; это слово можно употреблять в большинстве случаев, когда нужно направить внимание участника презентации, призвать к наблюдению или заставить его делать пометки.

Наиболее архаичная форма, которую можно употребить взамен предыдущих, - это **mark**. Но фраза **Mark my words!** в устной речи звучит часто и означает: Смотрите! Припомните мои слова! Будущее покажет, что я был прав! Такую фразу, Вы, наверное, согласитесь, не стоит употреблять в Вашей удачной деловой презентации.

---