

**MIHAELA MOCANU
ELENA VASILIU
CRISTINA MIHĂESCU**

*COMUNICARE ÎN AFACERI
ÎN
LIMBA ENGLEZĂ
- MANUAL DE STUDIU INDIVIDUAL -*

**MIHAELA MOCANU
ELENA VASILIU
CRISTINA MIHĂESCU**

**COMUNICARE ÎN AFACERI
ÎN
LIMBA ENGLEZĂ**

- MANUAL DE STUDIU INDIVIDUAL -



**EDITURA UNIVERSITARĂ
București**

Colecția: FILOLOGIE

Redactor: Gheorghe Iovan
Tehnoredactor: Ameluța Vișan
Coperta: Angelica Mălăescu

Editură recunoscută de Consiliul Național al Cercetării Științifice (C.N.C.S.)

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

MOCANU, MIHAELA

**Comunicare de afaceri în limba engleză : manual
de studiu individual** / Mihaela Mocanu, Elena Vasiliu,
Cristina Mihăescu. - București : Editura Universitară, 2012
ISBN 978-606-591-430-8

I. Vasiliu, Elena
II. Mihăescu, Cristina

651.7:339.1=111
811.111:339.1

DOI: (Digital Object Identifier): 10.5682/9786065914308

© Toate drepturile asupra acestei lucrări sunt rezervate, nicio parte din această lucrare nu poate
fi copiată fără acordul Editurii Universitare

Copyright © 2012
Editura Universitară
Director: Vasile Muscalu
B-dul. N. Bălcescu nr. 27-33, Sector 1, București
Tel.: 021 – 315.32.47 / 319.67.27
www.editurauniversitara.ro
e-mail: redactia@editurauniversitara.ro

Distribuție: tel.: 021-315.32.47 / 319.67.27 / 0744 EDITOR / 07217 CARTE
comenzi@editurauniversitara.ro
O.P. 15, C.P. 35, București
www.editurauniversitara.ro

CONTENTS

INTRODUCTION	9
FORWARD	13
UNIT 1: PRESENTATIONS IN BUSINESS	14
1. Introduction	14
1.2. Objectives and competences	14
1.3. Unit's contents	15
1.3.1. Oral and written presentations in business	15
1.3.2. Letters of invitation	25
1.3.3. The Sequence of Tenses	27
1.4. Self-assessment guideline	31
Self-assessment No.1	32
UNIT 2: BUSINESS MEETINGS	34
1. Introduction	34
1.2. Objectives and competences	34
1.3. Unit's contents	35
1.3.1. Organizing business meetings	35
1.3.2. Different types of business meetings	38
1.3.3. Accepting/declining an invitation	45
1.3.4. Unreal Tense and Subjunctive	46
1.4. Self-assessment guideline	50
Self-assessment No.2	52
UNIT 3: TYPES OF BUSINESS ENTITIES	54
1. Introduction	54
1.2. Objectives and competences	54
1.3. Unit's contents	55
1.3.1. Presentation of different types of business organizations	55
1.3.2. Internal documents: memos and minutes	63
1.3.3. The Infinitive and infinitival constructions	65
1.3.4. The gerund	69
1.4. Self-assessment guideline	72
Self-assessment No. 3	74
UNIT 4: CORPORATE CULTURE	76
1. Introduction	76
1.2. Objectives and competences	76
1.3. Unit's contents	77
1.3.1. Definition and overview. Case study	77
1.3.2. External documents: e-mail and fax	85
1.3.3. Adverbial clauses of purpose and concession	89
1.4. Self-assessment guideline	93
Self-assessment No.4	95

UNIT 5: BUSINESS AGREEMENTS

1. Introduction 97
1.2. Objectives and competences 97
1.3. Unit’s contents 98
 1.3.1. Carrying out commercial contracts 98
 1.3.2. Different types of commercial contracts 100
 1.3.3. Comparing and contrasting 105
1.4. Self-assessment guideline 108
 Self-assessment No.5 110

UNIT 6: EFFECTIVE TECHNIQUES IN INTERNATIONAL TRADE 112

1. Introduction 112
1.2. Objectives and competences 112
1.3. Unit’s contents 113
 1.3.1. Cross cultural negotiations 113
 1.3.2. Expressing agreement/ disagreement/ satisfaction/dissatisfaction (functional vocabulary) 119
 1.3.3. Grammar practice: Gerund and Infinitive: changes in meaning 121
1.4. Self-assessment guideline 123
 Self-assessment No.6 124
Test-Paper 1 126

UNIT 7: PATHWAY TO A SUCCESSFUL CAREER IN BUSINESS 130

1. Introduction 130
1.2. Objectives and competences 130
1.3. Unit’s contents 131
 1.3.1. Careers in business (I): accountant and business analyst 131
 1.3.2. Letters of reference 138
 1.3.3. Defining and non-defining relative clauses 140
 1.3.4. Careers in business (II): tour-operator 142
 1.3.5. Letters of complaint 145
 1.3.6. Articles 147
1.4. Self-assessment guideline 150
 Self-assessment No.7 151

UNIT 8: MANAGERS AND MANAGERIAL ROLES 153

1. Introduction 153
1.2. Objectives and competences 153
1.3. Unit’s contents 154
 1.3.1. Personal skills and qualities 154
 1.3.2. Different roles of managers 156
 1.3.3. Report writing 161
 1.3.4. Grammar practice: Emphatic constructions and inversions 164
1.4. Self-assessment guideline 167
 Self-assessment No.8 168

UNIT 9: MARKETERS AND MARKETING 170

1. Introduction 170
1.2. Objectives and competences 170
1.3. Unit’s contents 171
 1.3.1. Marketing strategies and marketers’roles 171

1.3.2. Market surveys	176
1.3.3. Grammar practice: The subject clause	179
1.4. Self-assessment guideline	180
Self-assessment No. 9	182
Test-Paper 2	184
Keys for self-assessment tests (1-9)	187
List of irregular verbs	192
Bibliography	195

INTRODUCERE

Manualul de studiu individual intitulat “Comunicare în afaceri în limba engleză” este destinat studenților din anul I, semestrul al II-lea al Facultății de Management Turistic și Comercial din cadrul Universității Creștine “Dimitrie Cantemir”. Manualul a fost elaborat în conformitate cu programa analitică a disciplinei, adaptată formei de învățământ cu frecvență redusă. Această lucrare poate fi utilă atât studenților de la cursurile cu frecvență, cât și celor de la alte facultăți cu profil economic, dar și altor specialiști din domeniu care doresc să-și însușească acest limbaj.

Scopul acestui material este de a oferi studenților o bază teoretică solidă, principalele instrumente de comunicare orală și scrisă în mediul de afaceri, dar și posibilitatea de a exersa utilizarea practică a limbajului de afaceri în limba engleză. Într-o lume din ce în ce mai globalizată, cunoașterea unei limbi străine, și în special a limbii engleze, reprezintă un element esențial al succesului în afaceri. De asemenea, cunoașterea limbii engleze și mai ales a limbajului specializat în domeniul economic a devenit o cerință primordială pentru ocuparea unui loc de muncă în acest domeniu. Din aceste motive, considerăm că acest suport de studiu individual, strâns legat de pregătirea de care studenții noștri beneficiază în cadrul celorlalte discipline academice, le conferă o competență în plus pentru a putea face față concurenței acerbe pe piața muncii.

OBIECTIVELE CURSULUI:

Cursul are următoarele obiective principale:

- **Dezvoltarea competențelor de comunicare orală și scrisă în mediul social și de afaceri (corespondența de afaceri)**
- **Însușirea terminologiei de specialitate în limba engleză pentru pregătirea carierei în domeniul managerial, turistic, comerțului și serviciilor**
- **Înțelegerea valorilor socio-culturale și a etichetei în afaceri**

COMPETENȚE DOBÂNDITE:

După studierea materialului “Comunicare în afaceri în limba engleză”, studenții vor fi capabili :

- **Să utilizeze noțiunile și terminologia lingvistică dobândită în mediul social și de afaceri real.**
- **Să decodifice și să producă mesaje corecte și adecvate funcțional și comunicativ în limba engleză , atât oral cât și în scris.**
- **Să poată participa la discuții și dezbateri în medii multilingvistice și multiculturale**

- Să colaboreze cu specialiști din domeniu și din alte domenii utilizând limba engleză

CONȚINUTUL MATERIALULUI DE STUDIU:

Cursul este structurat pe două module de studiu, împărțite în unități de învățare:

- **Modulul I: The world of Business (Units 1- 6)**
- **Modulul II: Careers in Business (Units 1-3)**

Fiecare modul se încheie cu un test de control.

Modul	Unitate de învățare	Timp alocat
I. The world of business	1. Presentations in Business	2 ore
	2. Business Meetings	2 ore
	3. Types of Business Entities	4 ore
	4. Corporate Cultures	4 ore
	5. Business Agreements	2 ore
	6. Effective Techniques in International Trade	2 ore
	Test-paper 1	2 ore
II. Careers in Business	1. Pathway to a Successful Career in Business	4 ore
	2. Managers and Managerial Roles	2 ore
	3. Marketers and Marketing Concepts	2 ore
	Test-paper 2	2 ore

- **Modulul I “The World of Business”** îi va familiariza pe studenți cu limbajul legat de prezentări în afaceri și, strâns legat de acesta, cu noțiunile de care au nevoie pentru întâlnirile de afaceri. Continuând teme cum ar fi comerțul electronic și turismul, pe care le-am abordat în manualul anterior, pentru semestrul I, destinat pregătirii studenților pentru contactul direct cu limbajul de afaceri, ne-am oprit asupra unor teme cum ar fi societățile comerciale și felurile acestora, cultura organizațională, înțelegerile de afaceri, negocierile și contractele comerciale.
- **Modulul II “Career in Business”** este menit să îi introducă pe studenți în lumea reală, a muncii efective în domeniul economic și al afacerilor, cu care unii au luat deja contact, dar alții nu. Prin prezentarea unor profesii cum ar fi cea de contabil, analist financiar, tur-operator, specialist în marketing sau manager, se urmărește, de fapt, familiarizarea studenților cu o serie abilități și competențe de care este nevoie în domeniu, și bineînțeles, îmbogățirea vocabularului.

- **Ambele module** conțin corespondență de afaceri – modele de scrisori: scrisori de invitație, scrisori de reclamație și de recomandare, exemple de întocmire a unor documente interne (proces-verbal, memorandum, raport), documente externe (fax și e-mail), sondaje de piață precum și expresii și formule adecvate acestor mesaje, fără a fi neglijă exercițiile de fixare a cunoștințelor. Fiecare unitate de învățare se va încheia cu o sinteză a cunoștințelor expuse precum și cu o temă ce va putea fi predată spre corectare și apoi discutată în cadrul activităților tutoriale. De asemenea, marea majoritate a exemplelor și exercițiilor se bazează pe cuvinte și expresii ce sunt folosite în engleza de afaceri. Exista și o serie de exerciții de exprimare orală, care permit însușirea și practicarea vocabularului propus în unitatea respectivă, scopul fiind dezvoltarea capacității de exprimare liberă. Deși gramatica nu constituie un scop în sine, am prezentat teoretic o serie de probleme mai dificile legate în special de sintaxa limbii engleze și pe care considerăm că studenții trebuie să le conștientizeze pentru a și le putea însuși și pentru a le putea utiliza în special în corespondența de afaceri care se bazează pe un limbaj formal, destul de elevat.

RESURSE, MIJLOACE DE LUCRU ȘI RECOMANDĂRI DE STUDIU

Cursul dispune de manual scris, care va face obiectul studului individual al studenților, iar pentru prezentarea temelor cursului se vor folosi echipamente audio-vizuale, metode interactive (lucrul pe grupuri, perechi) pentru a se putea realiza practica propriu-zisă a limbii.

Activitățile tutoriale vor avea în vedere, în primul rând, întocmirea individuală a corespondenței de afaceri, corectarea și discutarea temelor propuse la sfârșitul fiecărei unități de învățare. Acestea se pot desfășura după următorul plan tematic, conform programului fiecărei grupe:

1. Scrisori de afaceri propriu-zise: scrisori de invitație, de reclamație și de recomandare.
2. Documente interne: memorandum-ul și procesul verbal/protocolul.
3. Documente externe: fax-uri și e-mail-uri.
4. Rapoarte și sondaje de piață.

Bibliografie obligatorie:

1. Andreea-Ileana Danielescu, Mihaela Mocanu, Elena Vasiliu, **Advanced Practice in Business English**, Editura Universitară, București, 2011.
2. Andreea-Ileana Danielescu, Mihaela Mocanu, Elena Vasiliu, **English for Professionals**, Editura Universitară, București, 2011
3. www.businenglish.com
4. www.englishclub.com

Există foarte multă literatură de specialitate cu privire la limba engleză de afaceri și corespondența comercială în limba engleză, atât sub formă de cărți cât și în format electronic. La sfârșitul manualului există o listă de bibliografie mai cuprinzătoare, care va permite aprofundarea diferitelor aspecte ce interesează în mod deosebit.

Recomandăm ca la fiecare unitate să se folosească spațiile libere laterale existente pe fiecare pagină pentru a face diferite adnotări (de ex. traducerea unui cuvânt, a unei expresii necunoscute) și rezolvarea exercițiilor în spațiile libere care au fost lăsate în mod special. Fiecare unitate se încheie cu un scurt test de evaluare care va permite verificarea nivelului de înțelegere și însușirea cunoștințelor din unitatea de învățare respectivă. Se recomandă verificarea întrebărilor și exercițiilor existente la sfârșitul manualului numai după rezolvarea acestora pentru o evaluare corectă.

DURATA DE STUDIU

Timpu alocat fiecărei unități este de două sau patru ore, în funcție de complexitatea și gradul de dificultate a fiecărei unități. Ele sunt indicate în tabelul de mai sus referitor la conținutul materialului de studiu.

METODA DE EVALUARE

Examenul final la această disciplină constă într-o lucrare scrisă ce va cuprinde atât întrebări tip grilă cât și subiecte deschise (redactarea personală a unui document de corespondență de afaceri, traducere, etc). În stabilirea notei finale se va ține seama și de rezultatele obținute de către student la testele de control, precum și de participarea la activitățile tutoriale.

CUNOȘTINȚE PRELIMINARE

Pe parcursul primului semestru s-au reluat și aprofundat o serie de probleme de gramatică ce au fost studiate și în liceu. Pentru parcurgerea cu succes a modulelor prezentului curs este necesară o bună cunoaștere a timpurilor verbale la indicativ, a verbelor neregulate, a verbelor modale, a vorbirii directe și indirecte, a diatezei pasive, precum și a unui vocabular la un nivel intermediar, pe care, cei care nu îl aveau, l-au putut dobândi în primul semestru.

FORWARD

Dear students,

You have taken up a career in business. And you are along the path of becoming specialists. Whether you will work in the field of management or tourism or in other related fields, whether you become managers, CEOs or you will run your own business, you need good communication skills **in English**. You will have to organize and manage you work, to enhance the good business-decision making for yourselves and for the society you live in. To this end, you will have to be good communicators who, in an increasingly globalized world, will have to deal with people all over the world, to understand, to read, to speak and write in another international language besides your mother tongue. You will have to know the specific English terms in your field and what we are trying to do is open this path for you. We would like to introduce you to the world of business in English and get you acquainted with it, so that you will be able in a short time to learn and understand English for a special purpose: business and economics.

We want you to be able to specialize in whatever field of business you decide, but to have the first bricks, to lie the foundation on which you can do further building work in your domain. We give you the basics, the foundation on which you will be able to build your own house and, why not, your castle. As the English saying goes “My home is my castle”, we would like you to be able to say the same in the business world and we hope that we manage to endow you with knowledge that will be useful not only for the academic years, but also for your entire life.

GOOD LUCK!

UNIT 1

PRESENTATIONS IN BUSINESS

Contents

- 1. Introduction
- 1.2. Objectives and competencies
- 1.3. Unit's contents
 - 1.3.1. Oral and written presentations in business
 - 1.3.2. Letters of invitation
 - 1.3.3. The Sequence of Tenses
- 1.4. Self-assessment guideline
 - Self-assessment No.1

TIME: 2 hours

1. INTRODUCTION

In order to be able to make a successful presentation in business it is not enough to have a lot of knowledge in the field, to be keen on the subject or to have a very strong voice. You need some hints – **what** exactly to say to rouse your audience's interest and not to be boring, **whom** you address - that is to choose your target audience and **how** to do it to keep their attention awake. So, what we are trying to do in this unit is to get to know some **signposts** for making presentations – that is how to link everything and to pass smoothly from one point to another or from one idea to another without remaining alone on the way.

1.2. OBJECTIVES AND COMPETENCIES

1.2.1 Objectives:

- Build competence, fluency and confidence in learners in handling presentations
- Develop vocabulary skills/specific skills for presentations to help students understand the specific language of presentations, charts, diagrams and talks.
- Get acquainted with a logical and linguistically functional presentation
- Provide useful tips for presentations such as rhetorical questions
- Become familiar with non-verbal communication skills
- Provide practice on making presentations and participating in and controlling discussions
- Develop comprehension skills by noticing key words.
- Improve writing skills: formal letters on invitation
- Practice writing letters of invitation
- Revise the Sequence of Tenses and sensitize the students as to some particular and more difficult aspects.

1.2.2 Competencies:

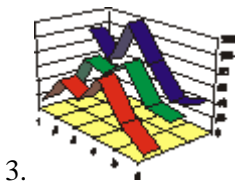
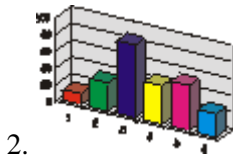
At the end of the unit the students will be able to:

- Give a clear and effective oral presentation.
- Demonstrate an understanding of the elements of discourse (e.g., purpose, speaker, audience, form).
- Make use of appropriate functional vocabulary, tone and style.
- Structure ideas and arguments in a logical, sustained and persuasive way.
- Become aware of the importance of non-verbal communication.
- Identify and make use of rhetorical questions.
- Write notes based on keywords
- Write formal and accurate letters of invitation
- Adapt the specific phrases and expressions for addressing invitations to different situational contexts
- Use correctly the Sequence of Tenses in oral and written messages

1.3. UNIT'S CONTENTS

1.3.1. ORAL AND WRITTEN PRESENTATIONS

1.3.1.1. Warm-up activity: Look at the following **charts** and **graphs**. Match each one of them with its definition and picture. Then answer the following questions:



A. A **BAR**CHART

B. A **PIE**CHART

C. A **GRAPH**

a) is circular in shape (like a pie)

b) can rise and fall.

c) can be vertical (as shown above) or horizontal.

- What do they represent?
- Where are they used?
- What other visual aids do you know?
- Have you ever participated in a business presentation? What did you like most/least?
- Have you ever made a business presentation?

1.3.1.2. Read the following text about business presentations and write down the main ideas. Try to find some keywords so as to base your sentences on them.

According to communication research, effective speaking skills are as important as effective writing skills for an employee. Moreover, the higher an employee moves on the career ladder, the more important speaking skills become.

We can even say that speaking is more common than writing. People speak on the phone, talk informally with colleagues, subordinates and superiors on office topics, have meetings, teleconferences, webinars, sales presentations and even formal speaking situations before groups inside or outside a company.

Studies also have revealed that oral presentations, like written presentations, can enhance an employee's reputation within an organization. Therefore, your every speaking competence value to the organization.

In this part, basic strategies for presenting business information in an oral presentation are provided. Being an effective speaker and an effective writer requires you to:

- ❖ take into account the context of the presentation,
- ❖ take into account the audience,
- ❖ state the presentation's purpose
- ❖ choose and create the presentation's content
- ❖ use visual aids effectively

In order to understand the context of the presentation, one should ask himself some questions, such as:

- What is the larger situation underlying the necessity of the presentation?
- How does the presentation fit into the organizational situation?
- What kinds of presentations will the other speakers be making? (If you are one of several speakers)
- In what surroundings will the presentation be held?

Analysing the audience is critical, adding a plus to the situation. In order to speak effectively, one should understand the listeners, their attitude towards the topic, their educational and cultural background, position in the company, etc.

The following questions can help analyse the audience:

- How much do my audience members know about the subject?
- What do they expect from me?
- What is their attitude toward my subject?
- What is their age group?
- What positions do they occupy in the organization?
- What is their educational background?
- What is their cultural/ethnic background?
- What is their economic background?
- What are their political and religious views?

Oral presentations must be composed having a specific goal in mind, goal that is related to the audience's needs.

The main purpose of the presentation could be to report the status of a project, to summarize a problem, to describe a plan, or to propose an action etc. It is recommended to state the purpose early in the presentation, to prepare the audience for the main ideas to come.

In terms of choosing and creating the presentation's content, a variety of information types should be used: statistics, testimony, cases, illustrations, history, and particularly narratives that help convey the goal you have for your presentation.

To make it easier for the audience to follow the presentation's message easily, a certain amount of redundancy is required. That means that main points should be reiterated. Therefore:

- In the **introduction**, you "tell them what you are going to tell them"
- In the **main body**, you "tell them"
- In the **conclusion**, you "tell them what you told them"

Research has shown that presentations that use visuals are more persuasive, more interesting, more credible, and more professional than presentations without such aids.

Visual aids (*drawings, pictures, props and objects, charts and graphs, a blackboard (whiteboard) with an outline, demonstrations, statistics, cartoons, photographs, maps, etc*) help the audience understand the ideas. It is important that the message the visual carries should be easy to understand. If audience members have to study the visual and to interpret its meaning, they will not be listening.

What you say in a business presentation, the message you convey to your audience is of utmost importance. However, the way in which you manage to get across your information is as important the message itself. In addition to the visual aids mentioned above, **the non-verbal communication skills** such as your *body language*, the *tonality of your voice* and your *eye contact* with the public play an equally significant part.

1.3.1.3. Translate the following texts into English in order to find out more non-verbal communicational skills. Make use of the words and phrases in bold:

demeanour	audience	utter	haircut	beware of
stand still	approach	be aware of		walk to
and fro				

1. Ceea ce nu spui poate fi la fel de important ca și ceea ce spui. Prezența ta fizică, întreaga ta înfățișare vor transmite ceva publicului chiar înainte ca tu să pronunți primele cuvinte. Hainele tale, mersul tău,

ochelarii sau modul în care ți-ai aranjat părul, toate acestea vor avea un anumit impact asupra audienței și le va transmite o primă impresie. În general, este de preferat să stai în picioare când faci o prezentare. Ferește-te să gesticulezi și conștientizează faptul că fiecare mișcare pe care o faci poate transmite ceva publicului. De exemplu, modul în care te deplasezi către tablă și înapoi poate fi mai rapid sau mai încet, crescând sau reducând dinamismul în cadrul audienței. Poți să stai nemișcat în timp ce vorbești, sau te poți plimba dintr-o parte într-alta, fiecare dintre aceste abordări având un efect diferit asupra celor care ascultă.

throughout whiteboard generally speaking to catch their attention to vary to keep the audience's attention awake

2. Este important ca cei din jur să te poată auzi clar pe toată durata prezentării. Nu uita, că, dacă te întorci spre tablă, de exemplu, trebuie să vorbești mai tare. În general, ar trebui să încerci să modulezi tonalitatea vocii. În acest fel poți menține trează atenția audienței. Poți vorbi pe un ton normal, mai ridicat sau mai jos – și te poți chiar opri complet. Poți face o pauză, și aceasta este o metodă foarte bună; Poți, de asemenea, modifica volumul sau intonația. Toate acestea contribuie la îmbunătățirea impresiei pe care o faci audienței și a modului în care reușești să le captezi atenția.

to attach importance to trust to liaise non-verbal channel untrustworthy raise your eyes

3. De ce acordăm o importanță atât de mare contactului vizual când trebuie să vorbim în public? Există un vechi mit care spune că nu poți avea încredere în cel care nu te privește direct. Această conotație este foarte puternică în SUA, unde lipsa contactului vizual din partea unei persoane duce la neîncredere în persoana respectivă. Adevărat sau nu, contactul vizual este unul dintre cele mai importante canale non-verbale prin intermediul cărora putem comunica și stabili legături cu alți oameni. Uitați-vă direct la public, nu faceți greșeala să vă citiți notițele fără a ridica privirea sau să stați cu spatele în timp ce vorbiți

1.3.1.4. Vocabulary Practice & Language Awareness

- Here are some useful phrases for any presentation:

Function Language

Signalling the start	Right then everyone, shall we begin?
	Ladies and gentlemen, shall we begin?
Introducing people	I'd like to introduce Mr. Smith from Tatly Consultancy
	Let me introduce myself. My name is ...Just a few words about myself
Setting the scene	Briefly/ To put it briefly
	In a sentence/ In a nutshell.....

Expressing purpose	I am here today to.... My purpose/objective today is...
	The title of this presentation is/The aim of this short talk is
Sequencing and listing	Firstly/ To start with /Let's begin with
	Secondly/Thirdly
	After this/Next/Let's move on to
	Finally/At last/In the end/Last but not least
Introducing topics	I'd like to review/ go over/consider
	I want to discuss/As far as.....is concerned
	I'm going to analyze
Introducing evidence	I'd like you to look at this graph
	Let me show you this chart
	If you look at this diagram
Linking cause and effect	It was due to/ caused by/the result of
	It was brought about by/ It resulted from
	It led to/
	It resulted in
	It was the reason for
Directing attention	You will note that/ As you will notice
	As you can see
Contrasting circumstances	Although/Even though
	In spite of the fact that
Naming parts of diagrams	The vertical/horizontal axis represents
	The curve shows
	The solid/broken/dotted line indicates
	The (un)shaded/ coloured/dotted area shows
	The coloured quadrant represents
	The red column/bar/segment shows
Explaining diagrams	Sales rose slightly/ a little/gently
	Profits fell suddenly/ quickly/dramatically
	After this, sales flattened out
Forecasting	We forecast/expect/predict/anticipate
	Our forecasts show
Referring	With respect/reference/regard to
	From the point of view of
	In terms of
Summing up	To sum up then
	To summarize my main points
	Let me now recap
Concluding	I'd like to conclude
	Let me end
	In conclusion/ Finally

1.3.1.5. Read the following text about Sibiu and mind the specific language of presentations:

Good morning, ladies and gentlemen,

Let me start by introducing myself. My name is Vlad Popescu and I am a representative of the City's Municipality. On behalf of the Mayor and the other officials of our City Hall, I would like to welcome our foreign guests from Sweden and Norway and thank them for their interest in our city.

The aim of this short talk is to give you an overview of the past and present of our city. I'll speak for about 40 minutes and after that we'll have a coffee break that we'll last about twenty minutes. What's the end of this small informal pause? Well, I hope it will give us the opportunity to get to know each other and to have some small talk. At the end of the talk we'll leave together on a two hours' tour of the city by coach. We will be accompanied by the Counsellor of the Grand Duchy of Luxembourg in Romania, his Excellency Mihai Ferariu and the Director of Brukental Museum, Mr. Sabin Adrian Luca, whom I'd also like to greet. I would like to add that the Luxembourg House was inaugurated in March 2004, in the presence of the Grand-Ducal family and the following year it hosted another special event – the opening of the first Regional Resource Center of the European Institute of Cultural Routes.

The title of my presentation is "Sibiu – a rich European cultural heritage" and it is divided into four parts. First I'd like to tell you a few words about the latest achievements of our city whose fame increased after becoming a European Capital of Culture in 2007 and which is now a much coveted tourist destination. Then I'll talk briefly about its history and make a presentation of the most important monuments and tourist objectives you are going to see on your tour. After that I'll move on to the most important cultural events which take place in our city yearly. Last but not least, we'll see structure of today's population in comparison with earlier periods. If you have any questions throughout my presentations, please feel free to interrupt me.

Right then everyone, shall we begin? Can everyone see at the back? OK.

Above of all, I would like to tell you that Sibiu is one of the most important cultural centres in Romania, and was designated a European Capital of Culture for the year 2007, together with Luxembourg. Formerly the centre of the Transylvanian Saxons, the old city of Sibiu was ranked as "Europe's 8th most idyllic place to live in" by Forbes.

Sibiu has an international airport with direct connections to Germany, Austria, England and Spain as well as to other Romanian cities. There are over 35 hotels in Sibiu, with different classifications. The most exquisite hotel is the Romans' Emperor hotel, located in the centre of the old part of the city and the chain Continental Hotels Romania also owns two important hotels in the city. It attracts a great number of tourists, both domestic and foreign ones.

I'll actually begin with the first slide which shows a bird's eye view image of the old part of the city we are in fact going to focus on.