

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

**Робоча програма
навчальної дисципліни
"ІНОЗЕМНА МОВА"
для аспірантів і здобувачів**

Харків. Вид. ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2014

Затверджено на засіданні кафедри іноземних мов та перекладу.
Протокол № 3 від 11.10.2013 р.

Укладачі: Колбіна Т. В.
Ігнатенко Л. О.

P58 Робоча програма навчальної дисципліни "Іноземна мова"
для аспірантів і здобувачів / укл. Т. В. Колбіна, Л. О. Ігнатенко. – Х. :
Вид. ХНЕУ ім. С.Кузнеця, 2014. – 41 с. (Укр. мов., англ. мов., нім.
мов., фр. мов.)

Викладено мету і завдання навчальної дисципліни для аспірантів та здобувачів.
Визначено компетентності, які мають бути сформовані в процесі вивчення іноземної
мови. Описано зміст навчальної дисципліни, структуру кандидатського іспиту, а
також порядок допуску до його складання. Подано приклади тестів, систему
контролю й оцінювання результатів навчально-пізнавальної діяльності аспірантів.

Рекомендовано для аспірантів усіх форм навчання і здобувачів.

Вступ

В умовах сучасного глобалізованого світу, основними ознаками якого є інформація і комунікація, володіння однією або двома іноземними мовами стало невід'ємним складником підготовки фахівців вищої кваліфікації. Нові інформаційні технології, які надають можливість пошуку необхідної для написання дисертації наукової інформації у світовій мережі Інтернет, потребують від науковців не тільки вдосконалення мовленнєвих навичок (говоріння, читання, аудіювання, письма), а й здатності швидко та якісно переробляти великі обсяги інформації за фахом, адекватно перекладати необхідний мовний матеріал на рідну мову і навпаки, а також стисло викладати його зміст у формі статті, реферату, анотації або резюме.

Програму навчальної дисципліни підготовки аспірантів і здобувачів нефілологічних спеціальностей до складання кандидатського іспиту з іноземної мови розроблено на основі *Положення про підготовку науково-педагогічних і наукових кадрів*, затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України № 309 від 1.03.1999 р., де визначено: "Кандидатські іспити є складовою частиною атестації науково-педагогічних і наукових кадрів. Кандидатські іспити проводяться з метою встановлення глибини професійних знань, наукового й культурного кругозору здобувача наукового ступеня кандидата наук, підготовленості його до самостійної науково-дослідної діяльності". Здатність до опрацювання сучасної наукової літератури за спеціальністю для підготовки кандидатської роботи дозволяє аспірантам розширити і поглибити свою професійну компетентність.

Отже, зміст навчальної дисципліни "Іноземна мова" має визначатися комунікативними та пізнавальними потребами майбутніх науковців.

Об'єктом вивчення є іноземна мова професійного спрямування на основі соціально-політичних, загальнонаукових та фахових текстів за спеціальністю аспіранта в усній та письмовій формах, способи їх перекладу, методи обробки інформації тексту за фахом (анотування й реферування), особливості професійної комунікації іноземною мовою з питань наукового дослідження.

Предмет вивчення – система іноземної мови (фонетика, орфографія, лексика, граматики), види мовленнєвої діяльності (читання, аудіювання, говоріння, письмо).

1. Кваліфікаційні вимоги до аспірантів

Згідно з Національною рамкою кваліфікацій, науковець такого рівня має набути здатність до критичного аналізу прочитаної іншомовної літератури, спілкування в діалоговому режимі іноземними мовами з широкою науковою спільнотою та громадськістю в певній галузі наукової та професійної діяльності, а також оприлюднення іноземними мовами результатів дослідження у рецензованих національних або міжнародних виданнях.

Практичне володіння іноземною мовою у рамках вивчення навчальної дисципліни передбачає набуття компетентності у різних видах мовленнєвої комунікації, які дають можливість:

- читати оригінальну наукову літературу на іноземній мові зі спеціальності;
- оформляти здобуту з іншомовних джерел інформацію у вигляді наукової статті, перекладу, реферату, резюме;
- робити повідомлення і доповіді іноземною мовою на теми, пов'язані з науковою роботою аспіранта (здобувача);
- здійснювати професійну комунікацію на теми, пов'язані зі спеціальністю.

2. Мета і завдання навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни "Іноземна мова" для аспірантів і здобувачів є досягнення такого рівня знань, навичок і вмінь, який забезпечує необхідну для науковця комунікативну самостійність у сферах професійного, академічного й ситуативно-побутового спілкування в усній та письмовій формах. Завдання навчальної дисципліни полягає у вдосконаленні й подальшому розвитку знань, навичок і вмінь з іноземної мови, набутих в обсязі вузівської програми, та їх активізації для здійснення науково-дослідної діяльності.

Навчання видів мовленнєвої діяльності

Аудіювання. Його завданням є формування навичок сприйняття і розуміння монологічних та діалогічних висловлювань носіїв мови в межах професійної та побутово-ситуативної тематики на рівні вилучення 85 – 90 % інформації при темпі її пред'явлення 100 – 120 слів за хвилину.

Говоріння. Завдання – формування навичок соціальної комунікації у різних сферах життя (побутова, академічна, наукова, професійна), розвиток навичок мотивованого монологічного і діалогічного мовлення при темпі висловлювань 200 – 250 слів на хвилину.

Рівень навичок монологічного мовлення має забезпечувати можливість самостійно складати повідомлення про проблему, мету, методи та засоби дослідження, експеримент, обробку даних, висновки та інші аспекти наукової роботи.

Наприкінці навчання аспіранти та здобувачі повинні мати сформовані навички діалогічного мовлення для ведення наукової дискусії та спілкування в межах побутової тематики та ситуацій, пов'язаних з перебуванням у закордонному відрядженні.

Читання. Завдання – подальший розвиток навичок комунікативного читання на матеріалах оригінальної наукової інформації з фаху: переглядового, пошукового (інформативного) і детального (вивчаючого).

Навички з переглядового читання мають забезпечувати вміння ознайомлюватися з тематикою наукового матеріалу та у загальних рисах давати уявлення про його зміст. Інформативне читання передбачає формування вміння прослідкувати розвиток теми, загальної аргументації та здатність зрозуміти головні положення змісту. Навички детального читання відпрацьовуються на рівні повного і точного розуміння тексту.

Переклад. Усний і письмовий переклад з іноземної мови рідною може використовуватися як засіб опанування іноземної мови, прийом розвитку навичок і умінь читання та як ефективний спосіб контролю повноти і точності розуміння. Для формування навичок перекладу необхідно знати певні відомості про особливості мови і стилю, основні питання теорії і практики перекладу наукової і технічної літератури, а саме: поняття перекладу, еквівалент і аналог, перекладацькі трансформації, способи компенсації змістових втрат при перекладі, контекстуальні заміни, багатозначність слів, збіг і розбіжності значень інтернаціональних слів, "фальшиві друзі перекладача" тощо.

Показником сформованості навичок і вмінь перекладу слугують такі нормативи за одну академічну годину (45 хвилин): письмовий переклад (із словником) 2 000 – 2 500 др. знаків, для усного перекладу – 4 000 – 4 500 др. знаків оригінального тексту з фаху.

Анотування і реферування. Навчання способів анотування і реферування (рідною й іноземною мовами) має бути спрямоване на вироблення навичок і умінь оформлення отримуваної інформації. Анотування й реферування використовується також як прийом контролю щодо розуміння тексту. Практичним заняттям з анотування й реферування має передувати засвоєння таких теоретичних засад, як призначення, структура та особливості мови анотації і реферату; види анотацій (описова, реферативна) і рефератів (реферат-конспект, реферат-резюме, оглядовий реферат); основні проблеми контрастивної стилістики української та іноземної мов, зокрема стосовно наукового мовлення. Сформовані навички і вміння мають давати можливість складати іноземною мовою анотації та реферати до наукових статей, доповідей, матеріалів дослідження тощо.

Письмо. Під час підготовки до кандидатського іспиту доцільне виконання письмових завдань: лексичних і граматичних вправ, складання планів чи конспектів до прочитаного, виклад змісту прослуханого чи прочитаного у письмовому вигляді (в тому числі у формі анотацій і рефератів), написання доповідей і повідомлень; приватних та ділових листів, оформлення основних видів документації (заявок на участь у конференції, складання стислого тексту автобіографії тощо).

Навчання системи мови

Фонетика. У процесі вивчення навчальної дисципліни "Іноземна мова" передбачена корекція вимови, вдосконалення вимовних навичок і умінь при читанні вголос і в усному висловлюванні. Першочергове значення приділяється інтонаційному оформленню речення (поділ на інтонаційно-сміслові групи-синтагми, правила розміщення фразового і логічного наголосу, словесного наголосу в двоскладових і багатоскладових словах). Робота над вимовою ведеться як на матеріалі текстів для читання, так і на спеціальних фонетичних вправах і лабораторних роботах.

Лексика. До кінця навчання лексичний запас повинен складати не менше 3 – 4 тис. лексичних одиниць (у тому числі приблизно 1 тис. термінів з фаху). Слід звертати увагу на специфіку лексичних засобів вираження вмісту текстів з фаху, на багатозначність службових і загальнонаукових слів, на механізм словотворення, на явище синонімії і омонімії, на вжиток фразеологічних словосполук, слів і словосполучень, фразеологізмів, властивих для усного мовлення в ситуаціях ділового спілкування, на знання і правильне читання скорочень, умовних позначень, формул, символів тощо.

Граматика. Навчання має бути зорієнтоване на відпрацювання практичних навичок і вмінь з граматики іноземної мови. Увага повинна приділятися типовим для стилю наукового мовлення складним синтаксичним конструкціям, зворотам з неособовими дієслівними формами, пасивним конструкціям, багатоелементним означенням, усіченим граматичним конструкціям, емфатичним та інверсійним структурам, засобам вираження смислового (логічного) наголосу, модальності тощо.

3. Навчально-методичні матеріали з навчальної дисципліни

Навчальними текстами і літературою для читання може слугувати оригінальна монографічна і періодична, а також художньо-публіцистична література. Рекомендується використовувати збірники оригінальних статей, підготовлених кафедрами іноземних мов. Підбір матеріалу для читання з фаху слід здійснювати спільно і за участю профілюючих кафедр, наукових керівників. Рекомендована література іноземними мовами повинна бути не лише навчальним матеріалом, але й мати безпосереднє відношення до дисертаційної роботи.

Загальний обсяг літератури за повний курс навчання повинен складати 300 сторінок (обсяг однієї сторінки прирівнюється до 500 друкованих знаків).

Розвиток навичок усного мовлення має охоплювати таку тематику:

1. Наукова робота (тема дисертації, проблема, теорія та експеримент, економічна ефективність дослідження).
2. Наукові конференції і симпозіуми: типи повідомлень, дискусія.
3. Знання та навички для опрацювання країнознавчої інформації на побутовому рівні.

4. Основні ситуативні формули спілкування в закордонному науковому відрядженні: транспорт, орієнтація в місті, оргкомітет конференції, готель, харчування, заклади культури.

4. Організація навчального процесу

Організація навчального процесу здійснюється згідно з календарним планом. Структура програми навчальної дисципліни наведена в табл. 1.

Таблиця 1

Структура програми навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна: підготовка аспірантів	Напрямок, спеціальність	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість годин: усього – 150 на групу 5 – 7 аспірантів	Шифр та назва спеціальності: для усіх спеціальностей	Обов'язкова. Рік підготовки: 1. Практичні заняття: 150 годин. Консультації: 40 годин. Самостійна робота: 300 годин.
Кількість тижнів викладання навчальної дисципліни: 25. Кількість годин на тиждень – 6	Аспірант	Вид контролю: кандидатський іспит

На початку навчання аспірантам і здобувачам пропонуються 10 практичних занять з викладом теоретичного матеріалу, в рамках яких мають бути розкриті такі питання: мета і завдання навчальної дисципліни, іспитові вимоги, лексико-стилістичні особливості науково-технічної літератури, термінотворення, типи анотацій і рефератів, особливості користування словниками і довідковою літературою тощо.

Навчальний матеріал з іноземних мов (англійської, німецької, французької) наведено у додатку 1.

На практичних заняттях рекомендується використовувати мовні (лексико-граматичні) і мовленнєві комунікативно спрямовані вправи: трансформаційні, на техніку перекладу, підстановку, доповнення, скорочення і розширення речення; питально-відповідні вправи; вправи на розкриття змісту тексту, знаходження в тексті окремих місць, абзаців, речень, що ілюструють певні положення і відповідають на попередньо поставлене питання або розкривають попередньо складений план;

завдання на встановлення в тексті невідповідностей із запропонованими положеннями; самостійне членування тексту на смислові частини і визначення заголовків до них; складання плану; скорочення абзаців і речень.

Варто також практикувати вправи на виявлення логічного стрижня статті, на тематичне узагальнення основних думок. Обговорення тексту повинно виходити за рамки простого відтворення його змісту. Висловлювання (підготовлені й непідготовлені) мають включати пояснення іноземною мовою окремих положень, графіків і процесів (згадуваних у тексті), елементи критичного аналізу, відповідні коментарі та оцінки, короткі повідомлення на задану тему. За такою тематикою для розвитку навичок усного мовлення перевага повинна віддаватися професійним питанням, які пов'язані з науково-пошуковою роботою аспіранта.

На індивідуальних консультаціях уточнюються й з'ясовуються всі питання, що виникають під час самостійної роботи над текстами і подається звіт про зроблене. Звіт може мати форму бібліографічної підбірки статей загальнонаукового й фахового змісту, вибіркового усного й письмового перекладу, усних й письмових анотацій і рефератів прочитаного, узагальнення матеріалу за окремими статтями (оглядове реферування), стислих повідомлень і доповідей рідною й іноземною мовами по прочитаному матеріалу. Частково контроль самостійної роботи може проводитися і на групових заняттях. У разі потреби (прогалини в індивідуальній підготовці, складність матеріалу, відставання від навчального графіку з об'єктивних причин тощо) передбачаються додаткові консультації.

Для самостійної позааудиторної підготовки доцільно використовувати сучасні технічні засоби навчання (аудіо- і відеотехніка, комп'ютери тощо). На групових заняттях доцільно залучати різні види наочності: моделі, схеми, таблиці тощо.

Під час підготовки рекомендується здійснювати підготовку аспірантів до участі у конференціях іноземною мовою, залучати аспірантів до укладання галузевих термінологічних словників, виконання замовлень випускних кафедр щодо письмових перекладів актуальних статей закордонних науковців, перекладу патентів, анотування і реферування наукових монографій і журнальних статей тощо.

5. Форми поточного контролю і вимоги на іспиті

Систематичний контроль є дієвим способом зміцнення знань, навичок і вмінь, важливим засобом управління процесом засвоєння навчального матеріалу.

Методи контролю: усний (усне опитування), письмовий (письмові роботи), тестовий, методи самоконтролю та самоперевірки.

Форми контролю: індивідуальна перевірка, фронтальна перевірка.

Види контролю: поточний і підсумковий контроль.

Поточний і підсумковий контроль оцінювання навчання аспірантів здійснюється у таких напрямках:

1. Перевірка й оцінювання знань та умінь аспірантів під час практичних занять.

2. Тематична перевірка й оцінювання засвоєння певного фрагменту змісту освіти.

3. Перевірка роботи з першоджерелами, виконання самостійної роботи.

4. Перевірка і оцінювання виконання індивідуального завдання.

5. Проведення поточного модульного контролю.

6. Проведення підсумкового контролю й оцінювання (залік).

Поточний контроль і оцінювання навчання аспірантів здійснюється під час проведення практичних занять і має на меті перевірку рівня засвоєння теоретичних знань, рівня сформованості компетентностей.

Поточний контроль здійснюється за такими **критеріями:**

1. Активність та результативність роботи аспіранта протягом навчання.

2. Якість виконання поточних завдань.

3. Виконання завдань для самостійного опрацювання.

4. Якість виконання письмових поточних контрольних робіт, усних відповідей на практичних та семінарських заняттях.

Поточний контроль передбачає регулярний облік і контроль виконання різних видів домашніх завдань.

Підсумковою формою контролю має бути заліковий тест, який за структурою та змістом має бути наближеним до екзаменаційного (див. додаток 2). Доцільно, щоб зміст і структура залікового тесту з іноземної

мови відповідає стандартним вимогам міжнародних тестів з іноземних мов типу TOEFL, що мають складати всі фахівці, які виїждять за кордон на навчання, стажування, для наукової роботи або роботи за контрактом.

До складання кандидатського іспиту допускаються аспіранти та здобувачі, які мають відповідний рівень підготовки, склали заліковий тест на кафедрі іноземної мови та підготували реферат з проблеми наукового дослідження. Реферат складається з україномовного огляду наукових робіт, прочитаних іноземною мовою, словника 100 термінів даної галузі науки; повідомлення про наукове дослідження, викладеного іноземною мовою обсягом 2 – 3 машинописних сторінок.

Структура індивідуальної навчально-дослідної роботи

Індивідуальна навчально-дослідна робота має містити такі елементи:

1. Титульний аркуш.
2. Зміст.
3. Вступ.
4. Основна частина з 2 – 3 розділів (теоретичний, практичний, методичний).
5. Висновки.
6. Словник основних понять (100 термінів).
7. Список використаних джерел.
8. Додатки (за необхідністю).
9. Резюме іноземною мовою дослідження (2 – 3 сторінки).

Вимоги до оформлення роботи

Індивідуальну навчально-дослідну роботу друкують на аркуші паперу формату А4 (міжрядковий інтервал – 1,5).

Абзацний виступ має бути однаковим по всій роботі і дорівнювати 5 знакам (1,25 – 1,3 см). Поля: ліве – 30 мм; праве – 10 мм; верхнє та нижнє – 20 мм. Шрифт Times New Roman. Номер сторінки проставляють у правому верхньому куті.

Структура кандидатського іспиту

Кандидатський іспит складається з таких завдань:

1. Читання і письмовий переклад зі словником рідною мовою оригінального тексту зі спеціальності. Обсяг – 2 500 друкованих знаків. Час виконання – 45 хвилин.

2. Письмове анотування іноземною мовою (500 друкованих знаків) україномовного тексту загальнонаукового характеру обсягом 4 000 друкованих знаків. Час на виконання – 40 хвилин. Допускається використання словників.

3. Тест з граматики, лексики, читання (1 год.)

4. Співбесіда іноземною мовою з питань наукового дослідження і фаху.

Звітними документами про складання кандидатського іспиту є: реферат і протокол з результатами іспиту.

Загальна оцінка виводиться на підставі результатів іспиту та оцінки за реферат.

Оцінювання проводиться за 5-бальною шкалою.

Для оцінювання екзаменаційних робіт студентів використовуються такі критерії:

- Оцінка **"відмінно"** ставиться за глибоке засвоєння програмного матеріалу, опрацювання рекомендованої літератури, вміння використовувати набуті знання для виконання конкретних практичних завдань, розв'язання ситуацій. Відповіді на питання білету мають бути вірними та повними, оформлення відповідей – акуратним, логічним та послідовним. Припускаються незначні випадкові погрішності, які не надають суттєвого впливу на повноту та змістовність відповіді.

- Оцінка **"добре"** ставиться за повне засвоєння програмного матеріалу та наявне вміння орієнтуватися в ньому, усвідомлене застосування знань для розв'язання практичних задач. Оцінка "добре" ставиться за умови виконання всіх вимог, які передбачено для оцінки "відмінно", при наявності незначних помилок. Оформлення виконаного завдання має бути охайним.

- Оцінка **"задовільно"** ставиться за часткове, неповне засвоєння програмного матеріалу та недостатнє вміння у розв'язанні практичних задач. Оцінка "задовільно" ставиться за умови, якщо завдання в основному виконане та мету завдання досягнуто, а студент у відповіді продемонстрував розуміння основних положень матеріалу з навчальної дисципліни.

6. Рекомендована література

1. Бахтина Л. Н. Обучение реферированию научного текста / Л. Н. Бахтина, И. П. Кузьмич, Н. М. Лариохина. – М. : Изд. Моск. ун-та, 1988. – 119 с.
2. Вейзе А. А. Практическое пособие по обучению реферативному переводу / А. А. Вейзе, А. В. Коньшева. – Мн. : МГЛУ, 1997. – 37 с.
3. Куропаткин Я. Б. Читайте английские научные тексты / Я. Б. Куропаткин. – М. : Высшая школа, 1991. – 156 с.
4. Програма курсу для підготовки аспірантів та пошукувачів до кандидатського іспиту з іноземної мови. – К. : Міністерство освіти України ; Вища Атестаційна Комісія України, 1993. – 17 с.
5. Тучина Н. В. A Way to Success / Н. В. Тучина, И. В. Жарковская, Н. А. Зайцева. – Х. : Фолио, 2004. – 416 с.
6. Успенская Н. В. Как писать по-английски научные статьи, рецензии и рефераты / Н. В. Успенская, Т. Н. Михельсон. – СПб. : Специальная литература, 1995. – 168 с.
7. Фоломкина С. К. Обучение чтению на иностранном языке в неязыковом ВУЗе / С. К. Фоломкина. – М. : Высшая школа, 2005. – 207 с.

6.1. Література з англійської мови

8. Методические рекомендации к реферированию текстов по экономике курса "Английский язык" для студентов 3 – 4 курсов специальностей 7.050103, 7.050206 дневной формы обучения и аспирантов / сост. З. В. Зобова, З. М. Сучкова. – Х. : Изд. ХГЭУ, 2004. – 44 с.
9. Практические задания по грамматике курса "Английский язык" для аспирантов и соискателей всех форм обучения / сост. Н. М. Лисица, Л. А. Игнатенко. – Х. : Изд. ХГЭУ, 2000. – 36с.
10. Практические задания по грамматике курса "Английский язык" для студентов 1 – 4 курсов всех специальностей всех форм обучения, аспирантов и соискателей / сост. Л. А. Игнатенко, С. Е. Тарасенко. – Х. : Изд. ХГЭУ, 2001. – 48 с.
11. Практические задания по теме "Ведение деловых переговоров" курса "Английский язык" для студентов 3 – 4 курсов всех специальностей, аспирантов и магистров. Ч. 2. / сост. Л. А. Игнатенко, С. Е. Тарасенко. – Х. : Изд. ХГЭУ, 2003. – 48 с.

12. Практичні завдання з граматики навчальної дисципліни "Ділова іноземна мова" для студентів 3 – 5 курсів усіх напрямів підготовки, аспірантів і здобувачів усіх спеціальностей усіх форм навчання / укл. Л. О. Ігнатенко. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2011. – 32 с.
13. Русско-украинско-английский экономический словарь / сост. Л. А. Игнатенко, М. В. Бондаренко, Н. Г. Долинина – Х. : ИД "ИНЖЭК", 2005. – 136 с.
14. Ігнатенко Л. О. Тести з ділової англійської мови для економістів : навч. посібн. / Л. О. Ігнатенко, І. О. Решетняк. – Х. : ВД "ИНЖЕК", 2009. – 144 с.
15. Тести з навчальної дисципліни "Англійська мова" для аспірантів, здобувачів та слухачів магістратури державної служби / Л. О. Ігнатенко. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2007. – 32 с.
16. Тренувальні вправи, завдання та тести з навчальної дисципліни "Ділова англійська мова" для аспірантів усіх форм навчання / укл. Л. О. Ігнатенко, І. О. Решетняк. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2010. – 32 с.
17. Cotton D. International Business Topics / D. Cotton. – Harlow: Addison Wesley Longman Ltd, 1996. – 174 p.
18. McCarthy E. J. Essentials of Marketing / E. J. McCarthy, W. D. Perreault, Jr. Irwin. – Harlow : Longman, 1994. – 556 p.
19. McKellen J. S. Test Your Business English / J. S. McKellen. – Harlow : Longman, 1996. – 128 p.
20. McKenzie I. English for Business Studies / I. McKenzie. – Cambridge University Press, 1997. – 164 p.
21. McKenzie I. Management and Marketing / I. McKenzie. – Cambridge University Press, 1996. – 154 p.
22. Pretten J. Banking English / J. Pretten. – Harlow : Longman, 1998. – 160 p.
23. BBC Learning English [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish/business/index.html>
24. Business English Exercises [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.bing.com/search?q=www.berrterenglish.com%2Fexerciselist.html&FORM=IE8SRC>.
25. Business English Pod [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.businessenglishpod.com/>.
26. E. L. Easton Business English online [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.eleaston.com/biz/home.html>.
27. Macmillan Business [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.businessenglishonline.net/>.

6.2. Література з німецької мови

28. Колбіна Т. В. Основи міжкультурної комунікації для студентів-економістів : навч. посібн. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2008. – 152 с.
29. Колбіна Т. В. Про бізнес німецькою мовою / Т. В. Колбіна, Л. В. Мельніченко. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2009. – 271 с.
30. Лукашова Л. В. Збірник вправ з граматики німецької мови для студентів 1 – 5 курсів усіх спеціальностей всіх форм навчання. Частина 2 / Лукашова Л. В., Курінна С. Д. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2007. – 58 с.
31. Achilles U. Marktplatz. Deutsche Sprache in Wirtschaft / U. Achilles, D. Klause, W. Pleines. – DW–CDC–DIHT, 1998. – 187 S.
32. Buhlmann R. Wirtschaftsdeutsch von A–Z. Lehr- und Arbeitsbuch / R. Buhlmann, A. Fearn, E. Leimbacher. – Berlin-München : Langenscheidt, 1995. – 190 S.
33. Buscha H. Geschäftskommunikation / H. Buscha, G. Linthout. – Ismaning : Max-Huber-Verlag, 1997. – 159 S.
34. Eismann V. Wirtschaftskommunikation Deutsch / V. Eismann. – Berlin-München-Wien-Zürich-New York : Langenscheidt, 2004. – 185 S.
35. Freyhoff D. Marktwirtschaft. Ринкова економіка : німецько-український навчальний посібник / D. Freyhoff, O. V. Beketova, N. Yzermann. – К. : Вид. УАДУ, 1999. – 156 с.
36. Hering A. Geschäftskommunikation. Деловая переписка и переговоры по телефону / A. Hering, M. Matussek. – Ismaning : Max Hueber Verlag, 1996. – 178 с.
37. Miebs U. Kontakt Deutsch / U. Miebs, L. Vehovirta. – Berlin – München : Langenscheidt, 1997. – 165 S.
38. Von Bergen H.- P., Fritz Chr. u. a. Groß- und Außenhandel. – Berlin : Cornelsen Verlag, 2006. – 152 S.
39. Goethe-Institut [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.goethe.de/lhr/prj/www/deindex.htm>.
40. Heidelberg-Germersheimer [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.uebersetzungswissenschaft.de/>.
41. Humboldt-Universität zu Berlin [Electronic resource]. – Access mode : <http://www2.hu-berlin.de/uebers/links.html>.
42. Institut für Internationale Kommunikation [Electronic resource]. – Access mode : http://www.wirtschaftsdeutsch.de/webliographie/Interkulturelle_Wirtschaftskommunikation/.
43. Interculture [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.interculture.de/>.

6.3. Література з французької мови

44. Алексеева Г. К. Русско-французский словарь международных отношений. – М. : Астрель, АСТ Транзиткнига, 2004. – 713 с.
45. Гавришина К. С. Русско-французский и французско-русский валютно-кредитный и финансовый словарь / К. С. Гавришина, И. Н. Сысоев. – М. : Русский язык, 1991. – 599 с.
46. Гак В. Г. Новый французско-русский словарь / В. Г. Гак, К. А. Ганшина. – М. : Русский язык, 2002. – 1196 с.
47. Коцюба К. С. Методичні рекомендації до економічних текстів з теми "Фінанси" курсу "Французька мова" для студентів II-V курсів та слухачів МІПК / укл. К. С. Коцюба, Л. П. Метеліна. – Х. : Вид. ХДЕУ, 2001. – 48 с.
48. Коцюба К. С. Оригінальні економічні тексти та завдання на тему "Міжнародна економіка" з курсу "Французька мова" для студентів I-V курсів усіх спеціальностей / укл. К. С. Коцюба, Л. П. Метеліна. – Х. : Вид. ХДЕУ, 2000. – 48 с.
49. Крючков Г. Г. Прискорений курс французької мови / Г. Г. Крючков, М. П. Мамотенко и др. – К. : Вид. А.С.К., 2010. – 384 с.
50. Метеліна Л. П. Вправи та завдання до оригінальних економічних текстів за темами "Міжнародна економіка", "Складання контракту" навчальної дисципліни "Іноземна мова" для студентів IV, V курсів усіх спеціальностей усіх форм навчання / Л. П. Метеліна. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2010. – 45 с.
51. Попова И. Н. Грамматика французского языка / И. Н. Попова, Ж. А. Казакова. – М. : Lingva, 1996.
52. Справочник по грамматике французского языка / сост. Е. С. Коцюба, Л. П. Метелина. – Х. : Вид. "ИНЖЕК", – 2005. – 174 с.
53. Штейнберг Н. М. Грамматика французского языка. Ч. I / Н. М. Штейнберг. – Л. : Просвещение, 1972. – 342 с.
54. Штейнберг Н. М. Грамматика французского языка. Ч. II / Н. М. Штейнберг. – Л. : Просвещение, 1972. – 214 с.
55. Щерба Л. В. Большой русско-французский словарь / Л. В. Щерба, М. И. Матусевич и др. – М. : Русский язык, 2004. – 561 с.
56. Broussard D. Economie / D. Broussard, C. Gentil, L. Montillet. – Paris : Hachette, 1997. – 256 p.

57. Charnet C. Rédiger un résumé, un compte rendu, une synthèse / C. Charnet, J. Robin-Nipi. – Paris : Hachette, 2003. – 95 p.
58. Danilo M. Le français de la communication professionnelle / M. Danilo, J.-L. Penfornis. – Paris : CLE International, 2001. – 305 p.
59. Grevisse M. Grammaire française Le Bon usage / M. Grevisse. – Bruxelles : Editions J. Duculot, S. A. Gembloux (Belgique), 1969. – 1228 p.
60. Sanchez Macagno M.- O. Faire des affaires en français / M.- O. Sanchez Macagno, L. Corano. – Paris : Hachette, 2002. – 160 p.
61. Ael internet [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.synapse.net/~euler/aufil.htm>.
62. Cortexte [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.cortexte.com/>.
63. Culture. fr [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.culture.fr/culture/dglf/garde.htm>.
64. Economie-internationale [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.economie-internationale.com/>.
65. Français Online [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.bing.com/search?q=www.dico.net.dicoweb&FORM=IE8SRC>.
66. Lire-français [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.lire-francais.com/>.
67. Wordreference [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.bing.com/search?q=www.f%2Ftr.ucl.ac.be%2FFLTR%2FFROM%2Fess.html&FORM=IE8SRC>.

Додатки

Додаток А

Навчальний матеріал з англійської мови

1. Структура речення в англійській мові у порівнянні зі структурою речення в українській мові. Розповідне, питальне та заперечне речення. Типи питань.

2. Дієслово. Допоміжні, питальні та смислові дієслова.

3. Спосіб (дійсний, умовний, наказовий). Система часів.

4. Активний і пасивний стан. Особливості використання і перекладу пасивного стану. Узгодження часів.

5. Безособові форми дієслова. Дієприкметник, функції та способи перекладу. Інфінітив, функції та способи перекладу. Герундій, функції та способи перекладу.

6. Модальні дієслова та їх еквіваленти.

7. Умовний спосіб. Емфатичні конструкції.

8. Функції дієслів *to be, to have, to do, will, should, would*. Функції дієслів із закінченням *-ing, -ed*.

9. Іменник. Утворення множини. Присвійний відмінок.

10. Артикль.

11. Займенник (загальні відомості). Особові, присвійні, вказівні займенники. Неозначені займенники *some, any* і заперечний займенник *no*. Кількісні займенники *many, much, few*. Неозначено-особовий займенник *one*, його функції. Підсилювальні та зворотні займенники.

12. Прикметник. Прислівник. Ступені порівняння.

13. Числівник. Кількісні та порядкові числівники. Дріб. Читання формул, хронологічних дат, позначень часу.

14. Граматичні особливості перекладу, (артикль, іменник, прикметник, числівник, займенник, дієслово, прислівник, прийменник, сполучник). Конструкції типу *the more, the better, there + be*.

15. Синтаксичні особливості перекладу (умовне речення, неозначено-особові та безособові речення, безсполучникові підрядні речення, складнопідрядні речення, еліпсис, емфаза, інверсія, подвійне керування та ін.).

16. Лексичні особливості перекладу (багатозначність, конверсія, синонімія, неологізми, "фальшиві друзі перекладача", британський та американський варіанти англійської мови, термін, уживані вирази та службові слова, іншомовні запозичені, аббревіатури, умовні позначення, власні назви, англійська система мір та ваги тощо).

17. Жанрові особливості перекладу.

18. Найуживаніші суфікси, префікси англійської мови науково-технічної літератури та їх значення. Основні суфікси іменників, прикметників, дієслів, прислівників.

Навчальний матеріал з німецької мови

1. Іменник. Утворення множини іменників.
2. Артиклі. Основні функції артиклів, вживання артиклів.
3. Прикметник. Ступені порівняння прикметників.
4. Числівник. Арифметичні дії. Дріб.
5. Займенник.
6. Прислівник.
7. Прийменник.
8. Порядок слів німецького речення.
9. Часи дієслів (Präsens, Präteritum, Perfekt, Plusquamperfekt, Futurum Aktiv).
10. Пасивний стан дієслова (Präsens, Präteritum, Perfekt, Plusquamperfekt, Futurum Passiv).
11. Типи питальних речень. Загальне питання. Спеціальне питання. Альтернативне питання. Розділове питання.
12. Модальні дієслова та їх еквіваленти.
13. Інфінітивні конструкції та групи.
14. Складнопідрядні речення, їх види.
15. Умовний спосіб. Часи умовного способу. Умовні складнопідрядні речення.
16. Лексико-граматичні та стилістичні особливості наукових текстів.

Навчальний матеріал з французької мови

1. Артикль.
2. Займенник.
3. Група часів індикативу.
4. Умовний спосіб.
5. Пасивна форма.
6. Інфінітив. Функції інфінітиву.
7. Дієприкметник.
8. Дієприслівник.
9. Порядок слів у реченні.
10. Узгодження часів індикативу.
11. Словотворення.
12. Складносурядне речення.
13. Складнопідрядне речення.
14. Лексичні, граматичні та синтаксичні особливості перекладу наукового тексту.

**Зразки екзаменаційних завдань для перевірки знань з граматики,
лексики та навичок читання**

Examination Paper for the Postgraduates

Test 1

Assignment 1. A. Read the text and complete it by using a suitable item from the box.

stock market	perfect competition	economic profits
monopolistic markets	financial support	corporate profits
profits	risks	investors
monopoly power	monopoly profits	taking risks

Profit

In a perfectly competitive system, (1)___ are merely temporary rewards for innovations and for those entrepreneurs who anticipate changes in the pattern of consumer demand.

In the United States, (2)___ account for about 10 percent of the national income

The following sources of economic profit can be identified:

Innovations and anticipation of consumer demands. This is a source of short-term profit even under (3)____. Those who market new products and are shrewd enough to predict changes in the pattern of consumer demand will earn temporary economic profits. Under perfect competition, of course, free entry will reduce these profits to zero in the long run. However, shrewd entrepreneurs continually shift their funds from declining industries to growing industries. This is what playing the stock market is all about! (4)___ who supply funds at the right time to finance expansion of industries with the right ideas can turn temporary profits into a permanent source of income. (5)___ of innovators is the drive that keeps the capitalist system moving.

Risk taking. More often than not, innovations involve (6)____. Profit can be regarded as a payment to entrepreneurs for taking risks. As you're well aware, not everyone who plays the (7)___ succeeds. Only a few shrewd or lucky investors strike it rich by always buying the stock of companies just as

those companies begin to earn economic profits and then selling it just when those profits fall to zero. There are a great number of other investors who make little profit or lose money by (8)____. In effect, starting new enterprises and investing in them are a bit like gambling. The rewards can be viewed as (9)_____.

Exercise of monopoly power. The exercise of (10)_____ can be a source of long-term profits in a market. For this to be the case, there must be a barrier to entry that prevents the market from becoming contestable. In (11)_____, barriers to entry result in profits that are more than temporary rewards for innovation. They are a source of concern to consumers and policymakers because they stem from prices higher than the marginal cost of producing goods. Increased competition can eliminate monopoly profits and result in net gains in well-being as production increases and prices fall to the minimum possible average cost. Often governments allow firms to earn (12)_____ by granting exclusive franchises and enacting policies that set up barriers to entry into markets.

Comprehension

B. Read the text carefully again and answer these questions.

1. What are economic profits in a perfectly competitive system?
2. What are the sources of economic profit?
3. What is the source of a short-term profit in a perfectly competitive market system?
4. Which of the rewards can be regarded as a payment to entrepreneurs for taking risks?
5. Which of the factors can eliminate monopoly profits?

C. Which of these statements are true?

1. A risk-averse investor is one who, given a choice between two investments that have the same expected return, chooses the one with less variation in return.
2. Economic profit is the return to entrepreneurship. It can result from innovation and from anticipation of changes in consumer demand.
3. Land is an immobile output.
4. An investment decision involves an outlay of funds today to acquire capital that will provide revenue over a period of time in the future.
5. When market interest rates are high, normal profit is low.

Language Review

Assignment 2. A. Match the nouns 1 – 6 with the nouns a) – f) to make new compounds.

- | | |
|-------------|--------------|
| 1. sales | a) officer |
| 2. savings | b) car |
| 3. customs | c) assistant |
| 4. needs | d) trade |
| 5. sports | e) analysis |
| 6. overseas | f) account |

B. Choose the necessary word and put it in the sentence.

1. The seminar on "Motivation at Work" was cancelled through ___ of interest.
2. We are starting a new ___ of negotiations with GVC Steelworks next month.
3. We have pleasure in including further information about our ___ of products.
4. Experts forecast that the ___ of living will decrease slightly next year.
5. Writing letters by hand is a complete ___ of time. I always type them on the computer.
6. There was a growing ___ of interest between her business dealings and her position as a politician.
7. They accused the striking workers of being in ___ of contract.
8. The ___ of unemployment will soon reach 20%.
a) level; b) conflict; c) lack; d) waste;
e) range; f) breach; g) round; h) cost.

Writing

Assignment 3. Put the lines in the correct order to write an e-mail.

To: All staff From: Robert Smith

Subject: Use of work facilities

- a) Besides, any increase in our overheads means a reduction in everybody's end-of-year bonus.
- b) Consequently, I have to remind all staff that using work facilities for private purposes is unethical.

c) Two of our main customers have recently remarked that trying to get through to us on the phone has become rather difficult.

d) I am therefore forced to conclude that members of staff are using our phones for personal calls.

e) In addition, our telephone bills have increased steadily over the past 18 months.

f) This, however, has not been matched by a comparable increase in the volume of our business transactions.

g) Can I urge everyone who needs to make a private call to use either the public phone in the cafeteria or their personal mobiles.

Grammar Focus

Assignment 4. A. Put the items in the correct order to make sentences.

1. input / an / immobile / is / Land
2. for / a / the / of / Interest / use / funds / payment / is
3. the / land / price / is / for / paid / the / Rent / use / of
4. or / is / replenishing / the / of / to / process / stock / capital / adding / Investment
5. incomes / In / country / is / significant / in / there / variation / every / annual / people's

B. Below are the answers given by a shopper during a market research survey. Write the shopper's answers in reported speech.

Example: I wash my hair more than twice a week.

She said she washed her hair more than twice a week.

1. I don't always buy the same shampoo.
2. The price influences my decision most.
3. I have been using my present brand for two years.
4. I had used the previous brand for three years.
5. I have never used hair colour.
6. I like my natural colour.
7. I would use hair colour if it were as easy as shampoo.
8. I would be willing to pay £5 for hair colour.
9. I will accept the free sample.
10. No, you can't telephone me next week.

Test 2

Assignment 1. A. Read the text. Some parts of the text were taken out. These extracts are listed below the text. Complete each gap with the appropriate extract.

Monopsony

Control over the prices of input services can exist on the buyers' side of (1)___ if a single buyer or organization of buyers buys a significant share of the total available amount of a particular input service. Whereas a monopoly exists when there is a single seller in a market, a (2)___ exists when there is a single buyer with no rivals in an input market. Monopsony is the analogue of (3)___ for the buyers' side of a market.

(4)___ exists when a single firm buys the entire market supply of an input that has few, if any, alternative employment opportunities. (5)___ has the power to set the prices of the input services it purchases.

(6)___ is as rare as pure monopoly. A single firm that employs all workers in mining jobs in an isolated frontier town is an example of a pure monopsony. The U.S. government as sole purchaser of many defense-related items, such as weapon systems, is a pure monopsonist for those inputs. Similarly, some federal agencies are monopsonists in certain (7)___. For example, the Federal Aviation Administration has been the sole employer of air traffic controllers, giving it the authority (8)___. This power was clearly demonstrated when President Reagan fired all air traffic controllers rather than grant their demands for higher wages and changes in working conditions after they engaged in an illegal strike. Because there was only one employer of air traffic controllers, the controllers who lost their jobs were compelled to enter different occupations.

Professional sports in the United States is a good example of an industry in which a few firms acting together, can behave as if they were (9)___. There are usually 20 to 30 teams in a professional sport. Most professional sports leagues have some mechanism for reducing competition that would bid up the salaries of athletes. The group of teams acts together as if it were (10)___. Draft rules typically limit the negotiation rights of a single player to a single team in a league. Each team has its quota of players, and the system prevents one team from acquiring all the best new players.

In some sports, players can become free agents after a certain number of years of service to a team. Free agents can invite competing teams to bid for their services. Although free agency has resulted (11)___ for sports stars, teams can still collude to keep the salaries of free-agent players lower than if teams competed actively. In 1987 an arbitrator ruled that owners of the 26 major league baseball teams had colluded illegally to avoid (12)___ of players who were free agents.

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> a) a monopsonist; b) to set wages; c) an input market; d) a monopsony firm; e) bidding up the salaries; f) a monopsony; | <ul style="list-style-type: none"> g) a pure monopsony; h) a single buyer; i) labor markets; j) in sharp salary increases; k) pure monopsony; l) monopoly. |
|--|--|

Comprehension

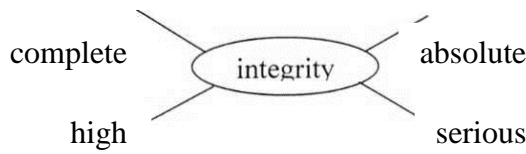
B. Read the text in more detail and answer the questions that follow it.

1. What is the condition for existing control over the prices of input services on the buyers side in an input market?
2. When does a monopsony exist?
3. What is a monopsonist's power?
4. Can you give any example of a pure monopsony?
5. Why is the U.S. government a pure monopsonist for many defense-related items?

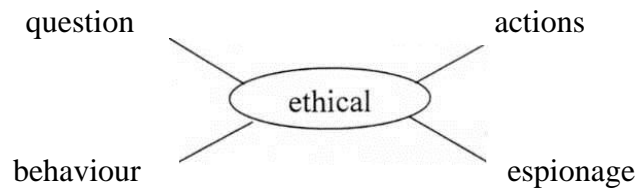
C. Decide if the following statements are true (T) or false (F)?

1. A pure monopsonist is a single firm that buys the entire market supply of an input with few alternative employment opportunities.
2. Monopsony power is the ability of a single buyer to influence the price of an input it purchases.
3. Marginal input cost for a monopsonist increases as the monopsonist employs more of an input's services.
4. Because a firm hiring labor services in a competitive market can obtain all the workers wants per day at the market wage, the marginal input cost of labor is equal to the daily wage for firms without monopsony power.

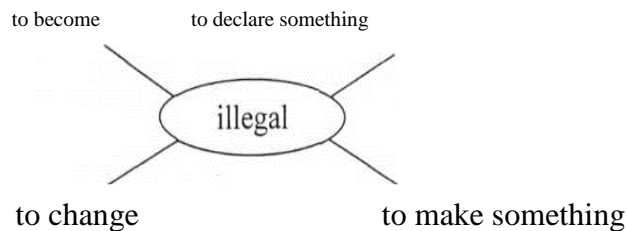
4.



5.



6.



Assignment 3. A. Combine these sentences using *whose*.

1. The CEO Anton Vizi resigned last week. His leadership style had provoked a lot of criticism.
2. Some staff are disappointed. Their training programme was postponed.
3. Some stores will have to be closed down. Their performance is deteriorating
4. United Steel is now almost bankrupt. Its former director was guilty of embezzlement

B. Complete the words to make the corresponding adverb for each adjective.

Adjective

1. considerable
2. dramatic
3. gradual
4. sharp
5. significant
6. slight
7. steady
8. substantial

Adverb

1. considera___
2. dramatic___
3. gradual___
4. sharp___
5. significant___
6. sli___
7. stea___
8. substan___

Practice

Assignment 4. Read the text below and complete it with the correct prepositions.

My name's Bill Atkins. I'm (1)___ Manchester, and I'm an IT consultant. I have a passion (2)___ anything that's related (3)___ computers. I graduated (4)___ maths and computer science (5)___ Imperial College, London. Since then, I've been working (6)___ a very exciting project (7)___ Bulgaria, developing new software (8)___ a government ministry. (9)___ addition, I also train the ministry IT staff (10)___ the use (11)___ new technologies.

I'm going (12)___ home (13)___ three months' time, when the project finishes. I've just read (14)___ an interesting vacancy (15)___ an IT job (16)___ a famous bank, so I'm going to apply. I love what I do because it's not only (17)___ machines. I work (18)___ a team most (19)___ the time. (20)___ top (21)___ that, I'm also responsible (22)___ training a lot (23)___ people.

Grammar Check

Assignment 5. A. Underline the mistake in each sentence and correct it.

1. We carried out a full study and collected a lot of informations.
2. Advertisers as Benetton have very provocative campaigns to get publicity.
3. He needs lots of equipments for his new business.
4. Advertising on the Internet is cheaper as advertising on TV.
5. A product as ours is always successful on the American market.

B. Rewrite the extracts from a speech made by a chief executive officer, using reported speech. Make any other necessary changes.

1. We are going to have two main objectives in the coming year.
He said _____
2. We have already started to work on improvements.
He said _____
3. Last year we encountered a number of unexpected problems.
He said _____
4. We will have to innovate in new areas of business.
He said _____
5. We can then re-establish our company as market leader.
He said _____

Test 3

Assignment 1. Read the text and choose the best sentence below to fill each of the gaps. Do not use any sentence more than once. There is one extra sentence. There is an example at the beginning (0).

1) Next month Gillette will launch the successor to its very successful Mach3 razor. Although the company would like it to be as revolutionary as the Mach3 was in its day, the latest version is unlikely to be more than evolutionary. That might not, however, prevent it from making a large contribution to Gillette's profits. These days, great fortunes can be made from seemingly modest innovations.

2) Big firms still hope for great breakthrough inventions — products that will contribute to their profits for at least a decade. They are, however, coming up with fewer and fewer such inventions. (0) **That explains the high number of researchers leaving big firms.** Indeed, in the past, small firms have been responsible for the majority of breakthrough products. The USA's Small Business Administration claims that the personal computer and the Polaroid camera came from small entrepreneurial organisations – and these are only some of the products from a list of items beginning with the letter "p".

3) (1)____. That is to say they are generally more able to improve the ways in which products invented elsewhere are manufactured, marketed and continually improved. Most of the companies that have created huge amounts of wealth have done so by inventing great processes, not great products. (2)_____.

4) So what implications does this have for big firms? Does this mean they should sack all their scientists and leave inventing to others? (3)____. For some time the computer industry has, in effect, relied for much of its research and development on small firms supported by external capital. And the telecoms industry is outsourcing more and more research to smaller firms in India and elsewhere.

5) Without their own research labs, however, big firms fear that they may be taken by surprise and have their businesses ruined by a revolutionary innovation invented by an entrepreneur. But, as history has shown time and time again, employing in-house scientists and researchers provides no guarantee that their work will protect the company from technological change. (4)____. It is far better if managers in big corporations keep an eye on the outside world and their minds open to any new ideas they see there. (5)____. They can find innovative ways to bring them to market and thereby guarantee future sources of income for their employers.

- That explains the high number of researchers leaving big firms.
- Dell, Toyota and Wal-Mart, for example, have succeeded by coming up with efficient ways of getting ordinary products into the hands of consumers more cheaply than their rivals.
 - In practice, more and more are doing just that.
 - Xerox, AT&T and IBM, for instance, spent millions on such research, but were all overtaken by new technologies.
 - Big firms are better at less dramatic forms of innovation.
 - They can then buy them and do what they do best.
 - This is despite the fact that large companies within many industries, particularly pharmaceuticals, continue to spend large sums trying.

Assignment 2. Match the word with its definition: find the word in the marked paragraph of the text.

1. An organization that makes or sells goods or services in order to get money. (p. 1)

2. The money that you gain from a business activity or from selling something, which is the difference between the amount you have spent and the amount you have earned. (p. 2)

3. Thinking of a new machine, system etc, or a false story, excuse etc. (p. 3)

4. A large amount of money that can be used to start a new business or business activity and from which you may at some time receive a profit. (p. 4)

5. A new invention, especially one that is being used for the first time and that people are not yet used to. (p. 5)

Assignment 3. Choose the best word or phrase that best completes each sentence.

1. ___ profit is always calculated without deducting taxes and other charges.

Full; Net; Whole; Gross.

2. We are having trouble filling the positions because of the ___ of skilled workers.

surplus; reduction; shortage; wealth.

3. ___ your staff means allowing them to make their own decisions.

Appraising; Screening; Enforcing; Empowering.

4. Falling sales in the US are bound to affect the company's ____.
currency; liabilities; bottom line; productivity.

5. This year's balance ____ shows that the company is clearly on the road to recovery.
form; account; sheet; book.

Assignment 4. Fill in the gap with the appropriate word.

Licensed, indistinguishable, designer, genuine, court, copyright, vulnerable, profitability, on the side, counterfeiting.

1. Expensive ____ fashion items are commonly copied products.
2. Copies are so well made that they are almost ____ from the original.
3. Many consumers prefer to pay more for a ____ brand.
4. ____ manufacturers receive permission to produce branded goods.
5. The overseas printer produced extra books and sold them ____.
6. The music industry is very concerned about ____ infringement.
7. Increased counterfeiting affects the brand owners' future ____.
8. CDs and Videos are particularly ____ to piracy.
9. One legal action against counterfeiters is to take them to ____.
10. To most people ____ means forged currency.

Assignment 5. Open the brackets and put the verb in the correct form; put questions to the words in italics and write your questions down.

1. I ____ (to think) of applying for the position of Team Leader.
2. Luxembourg's economy ____ (to fall) dramatically since the boom years of 1999 and 2000.
3. We ____ (to lose) sales if we ____ (not / reduce) the price.
4. I ____ (to recognize) my old boss at once even though I ____ (not / see) him for over 20 years.
5. We ____ (to agree) that the project ____ (to be) good for the company's reputation.
6. China, whose economy ____ (to grow) at eight per cent a year, ____ (to account) for a third of the world's growth in oil demand.
7. The CEO Anton Vizi, whose leadership style ____ (to provoke) a lot of criticism, ____ (to resign) *last week*. (When?)
8. *Information* ____ (to produce) faster than managers can deal with it. (What?)

9. *The advantages and disadvantages* of accepting the project ____ (to discuss). (What?)
10. No detailed cost breakdown ____ (to carry out).

Test für Aspiranten

Aufgabe 1. Lesen Sie den ganzen Text durch. Ergänzen Sie die Sätze durch die passenden Satzteile unten. Ein Beispiel dafür können Sie im ersten Textabschnitt unter (0) sehen. Übersetzen Sie die ersten 2 Absätze in Ihre Muttersprache.

COMPAQ: Vertriebsstrategien im umkämpften PC-Markt

1) Der Verkauf von Computern boomt. Mit dem Absatzzuwachs und dem steigenden Konkurrenzdruck ____ (0) ____ (ändern sich auch die **Absatzkanäle**). Direktversender, Elektronikmärkte und sogar Lebensmittelhändler verkaufen PCs.

2) Auch der weltweit führende Hersteller von PCs und ServerSystemen, COMPAQ, ____ (1) _____. Die frühere Politik, die Kunden mit hochpreisigen Produkten ausschließlich über den Fachhandel zu bedienen, ließ sich nicht länger aufrechterhalten. COMPAQ hat deshalb weltweit ein neues **Vertriebsnetz** entwickelt. Das «Optimized Distribution Model» (ODM) bietet neue Wege bei Produkten und Vertrieb. Ziel des ODM-Modells ist es, ____ (2) _____, die sie wünschen, in genau der Ausstattung, die sie brauchen, und die Produkte genau zu dem Zeitpunkt auszuliefern, zu dem der Kunde sie haben möchte.

3) Im Mittelpunkt des neuen Modells steht ____ (3) _____. Standardprodukte werden nicht mehr nach Planzahlen, sondern auf Bestellung gefertigt. Damit werden unnötige **Kosten** für Lagerhaltung beseitigt und Kostenvorteile erwirtschaftet. Partner wie Kunden profitieren von besserer Produktverfügbarkeit, genauerer Terminierung der Auslieferung und von niedrigeren Preisen.

4) COMPAQ will ____ (4) _____. Ziel des weiteren Ausbaus und der Optimierung der Vertriebsstrategien sind im Besonderen klein- und mittelständische **Unternehmen**, die von maßgeschneiderten Lösungen, wie sie das ODM-Modell anbietet, in besonderem Maße profitieren.

5) COMPAQ setzt seit seiner Gründung (hundertprozentig) ____ (5) _____. Für COMPAQ-**Vermarktungspartner** bedeutet das, dass sie sich absolut auf COMPAQ verlassen können. In Deutschland sind es ca. 1.600 Vermarktungspartner, weltweit über 38.000.

____ (0) ____ ändern sich auch die Absatzkanäle.

- a) die Produktion auf Bestellung
- b) auf den indirekten Vertriebskanal
- c) musste auf den aggressiven Wettbewerb reagieren
- d) seine partnerschaftlichen Kundenbeziehungen strategisch erweitern und intensivieren
- e) den Kunden genau die Produkte zu liefern

Aufgabe 2. Ordnen Sie die Termini ihren Definitionen zu.

das Angebot der Markt die Konkurrenz
der Standort das Marketing

- 1) Angebot bzw. Anbieter vergleichbarer Güter am Markt;
- 2) der Ort, an dem Angebot und Nachfrage zusammentreffen;
- 3) konsequente Ausrichtung aller unternehmerischen Aktivitäten auf den Markt;
- 4) die Menge an Gütern und Dienstleistungen, die verkauft werden soll;
- 5) geographischer Ort, an dem ein Unternehmen seine Leistungen erstellt.

Aufgabe 3. Finden Sie Synonyme.

- | | |
|-----------------------------------|------------------------------|
| 1) der Anbieter | a) die Waren |
| 2) die Bevölkerung | b) herstellen |
| 3) die Güter | c) an den Bedarf orientieren |
| 4) produzieren | d) das Verbrauchsgebiet |
| 5) auf die Bedürfnisse ausrichten | e) der Verkäufer |
| 6) die Einsicht | f) Verkaufspläne machen |
| 7) der Konsumbereich | g) die Einwohner |
| 8) Absatzprognosen erstellen | h) das Verständnis |

Aufgabe 4. Ergänzen Sie die Sätze durch passende Worte.

Ein Drittel der Bekleidung kommt aus Asien

<i>Der Anteil</i>	<i>Lieferant</i>	<i>verlagert</i>	<i>Verteilung</i>	<i>die Beschäftigung</i>
<i>Gegenwärtig</i>	<i>Produzent</i>	<i>Wachstums</i>	<i>steht</i>	<i>Textilgeweben</i>

1) Die Globalisierung hat die geografische _____ der Produktion binnen zwei Jahrzehnten dramatisch verändert.

2) In Deutschland hat sich die _____ in der Textil- und Schuhindustrie binnen vier Jahren um 40 Prozent vermindert, während sie zum Beispiel in China um 57 Prozent zugenommen hat.

3) _____ werden 60 Prozent der Bekleidungsexporte in Entwicklungsländern hergestellt.

4) Der wichtigste _____ ist Asien; auf diese Region entfällt ungefähr ein Drittel aller Ausfuhren.

5) China ist inzwischen der führende _____ von Bekleidung; das Land liefert schon 13 Prozent des Weltangebots.

6) In der Textilindustrie hat die Globalisierung früher begonnen; Spinnereien und Webereien sind schon in den sechziger Jahren nach Asien _____ worden.

7) Doch trotz des starken _____ der Garn- und Gewebeproduktion in den Entwicklungsländern sind die Industriestaaten noch immer die größten Anbieter.

8) _____ der Lohnkosten ist in diesen Ländern dank stark automatisierter Produktion geringer als bei Bekleidungsherstellern.

9) So ist heute immer noch Deutschland mit einem Anteil von 12 Prozent der größte Exporteur von _____.

10) An zweiter Stelle _____ Italien mit einem Anteil von 8 Prozent.

Aufgabe 5.

A. Stellen Sie das Verb in die entsprechende Form.

Leider müssen wir unsere Bestellung teilweise widerrufen (Präteritum).

Die Waren treffen laut dem Vertragstermin ins Werk ein (Perfekt).

Die Verhandlungen verlaufen gut, Frau Müller erhält einen guten Auftrag (Perfekt).

B. Bilden Sie Passiv-Sätze.

Der Käufer überweist schon am nächsten Tag das Geld auf das Lieferantenkonto (Präsens).

Wir laden unsere Stammkunden persönlich zum Messebesuch ein (Perfekt).

Man muss die Herstellungstechnologie endlich verbessern (Passiv mit dem Modalverb).

C. Ergänzen Sie die Sätze durch die Präpositionen.

Mein Chef interessiert sich sehr ___ Aktienkurse an der Börse.

Er freut sich schon sehr _____ die Dienstreise nach Deutschland.

D. Bilden Sie je ein Satzgefüge aus zwei Sätzen.

Das Material ist nicht in Ordnung. Die Kisten können nicht mehr benutzt werden.

Der Kopierer funktioniert nicht. Er wurde vor kurzem repariert.

**Test de français
pour les boursiers de thèse et les compétiteurs**

Devoir 1. Lisez le texte. Trouvez les propositions justes parmi les propositions données et remplissez les lacunes. (Il y a un exemple au début du texte (0); il y a une proposition fausse).

Les Etudes de Motivations

[1] Pour recueillir des renseignements sur le comportement, les motivations et les attitudes d'un public déterminé, on procède généralement à des enquêtes spécifiques auprès de celui auquel on s'intéresse. ___(0)___ une enquête peut porter sur tous les individus qui le composent; on parle alors d'une enquête exhaustive. La plupart du temps, cependant, ___(1)___ est trop grand pour mener une telle enquête; aussi a-t-on recours au diverses enquêtes par sondage.

[2] La technique de l'enquête par sondage se fonde sur le raisonnement inductif: en observant un cas particulier sur un échantillon on cherche à arriver à la connaissance de certains traits ___(2)___ . En d'autres termes, on essaie d'estimer les caractéristiques d'un ensemble (individus, organismes) à partir de renseignements obtenus d'un échantillon représentatif. Ainsi, par exemple, on peut estimer le pourcentage des foyers qui possèdent une télévision à partir d'un sondage auprès de quelques milliers de foyers ou bien le pourcentage de lecteurs abonnés à un journal particulier ___(3)___ . La validité de l'estimation dépendra naturellement de la "représentativité" de l'échantillon observé, c'est-à-dire du choix adéquat d'un échantillon. Il faut, tout d'abord, ___(4)___ qui peut être ciblé selon des critères *géographiques*

(par exemple habitants d'une ville), *sociodémographiques* (par exemple lycéens et lycéennes), *socioprofessionnelles* (par exemple enseignants entre 30 et 40 ans) ou des critères *relatifs à un marché* (par exemple possesseurs de magnétoscopes, consommateurs de plats surgelés, etc.). Il faut aussi préciser l'objet de l'enquête et son but pour déterminer ce qu'on veut observer avant de choisir une méthode d'échantillonnage. Ceci est particulièrement important lorsqu'une entreprise confie la réalisation matérielle du sondage à des spécialistes en dehors de celle-ci.

[3] La technique du sondage est donc fondée sur l'emploi d'une méthode représentative qui évite de devoir faire l'inventaire de l'ensemble d'un public pour ___(5)__. Il suffit l'observation d'un microcosme bien choisi, qui ne soit ni trop grand (il ne s'agit pas de recensement) ni, surtout, trop petit pour éviter des généralisations trop hâtives et erronées. Les spécialistes du marketing relèvent plusieurs méthodes dont la méthode probabiliste, un choix au hasard, par tirage au sort basé sur une liste préalablement donnée, est peut-être la plus répandue. C'est le cas, en particulier, des sondages d'opinion auxquels procèdent, entre autres, la S.A.F.R.E.S. (SOCIÉTÉ FRANÇAISE D'ENQUÊTES SUR LES SONDAGES) et l'EXPRESS-GALLUP. Pour importante qu'elle soit la sélection de l'échantillon, le succès de l'enquête dépend en large mesure de l'instrument qui sert à recueillir l'information voulue, le questionnaire. Liste de questions écrites ou orales, l'objectif du questionnaire est la recherche de renseignements aussi complets que possibles grâce à la formulation de questions précises, claires et facilement compréhensibles.

(0) • Lorsque le public est peu nombreux

- à partir d'un sondage de quelques centaines de personnes
- d'un public plus large
- le public auquel on s'intéresse
- se faire une idée de son comportement et ses habitudes
- définir clairement le public auquel on s'adresse,
- afin de mieux adapter les actions commerciales aux désirs des consommateurs

Devoir 2. Trouvez le terme économique dans le paragraphe marqué du texte et associez-le à sa définition.

1. Une enquête qui porte sur tous les individus qui composent le public [1].
2. L'enquête dont la technique se fonde sur le raisonnement inductif: en observant un cas particulier sur un échantillon on cherche à arriver à la connaissance de certains traits d'un public plus large. [2]

3. La méthode sur l'emploi de laquelle est fondée la technique du sondage et qui n'exige pas l'étude de l'ensemble d'un public pour se faire une idée de son comportement et de ses habitudes. [3]

4. Un groupe de personnes ni trop grand, ni trop petit dont l'étude permet de se faire une idée du comportement de l'ensemble d'un public. [3]

5. La méthode de l'étude du comportement et des goûts du public qui est basée sur un choix par hasard des personnes sur la liste. [3]

Devoir 3. Choisissez la réponse juste.

1. *Quand recourt-on à l'enquête exhaustive?*

- a) quand le public auquel on s'intéresse est très nombreux;
- b) quand une enquête peut couvrir tous les individus auxquels on s'intéresse;
- c) quand on choisit le public selon des critères socio-démographiques.

2. *L'enquête par sondage se fonde sur*

- a) l'étude des caractéristiques d'un ensemble à partir de renseignements obtenus d'un échantillon représentatif;
- b) les critères géographiques;
- c) le pourcentage de lecteurs abonnés à un journal particulier.

3. *Avant de choisir une méthode d'échantillonnage il faut*

- a) estimer le pourcentage des foyers qui possède une télévision;
- b) influencer les habitudes du consommateur;
- c) préciser l'objet de l'enquête et son but pour déterminer ce qu'on veut observer.

4. *Pour une méthode représentative il suffit*

- a) l'étude de l'ensemble d'un public pour se faire une idée de son comportement et de ses habitudes;
- b) l'observation d'un micocosme bien choisi ni trop grand ni trop petit;
- c) influencer la clientèle potentielle.

5. *La méthode la plus répandue parmi les spécialistes du marketing c'est*

- a) la méthode représentative;
- b) la méthode d'échantillonnage;
- c) la méthode probabiliste.

Devoir 4. Remplissez les lacunes avec les mots.

questions fermées, prendre la forme, comportement d'achat, à leurs besoins et à leurs désirs, la personne interrogée, un choix limité

1. Le questionnaire doit être construit de telle sorte que les questions ne puissent influencer le comportement de _____(1).

2. Les types de questions se groupent essentiellement en deux catégories: _____(2) et questions ouvertes.

3. Les questions fermées offrent _____(3) de réponses (questions provoquant une réponse affirmative ou négative [par exemple " aimez-vous les yaourts?" _ oui / _ non] ou des questions à choix multiple [par exemple " parmi les marques d'eau minérale, cochez celle que vous préférez": _ Perrier; _ Badoit; _ Vichy, _ Evian] ,

4. Les questions ouvertes peuvent aussi _____(4) de questions "pourquoi" qui visent à découvrir les motifs des réponses des enquêtés, mettant ainsi l'accent sur leur motivation.

5. Les études de motivation cherchent à déterminer les raisons qui portent les consommateurs non seulement à juger un produit conforme _____(5) mais, surtout, à la décision de l'acheter.

6. Inspirées par la psychologie du comportement (le behaviorisme), les études de motivation fournissent de précieux renseignements non seulement en ce qui concerne la clientèle et son _____(6) (nature des motivations qui poussent à l'achat), mais aussi en ce qui concerne la publicité pour choisir le type de promotion publicitaire à employer.

Devoir 5. Ouvrez les parenthèses et mettez le verbe à la forme dûe. Posez la question au groupes soulignés.

1. Le technicien (répondre) qu'il a fermé la porte du laboratoire la veille.

2. Nathalie a annoncé à tous les employés que la réunion (avoir lieu) le lendemain prochain à 16 heures.

3. Simon a dit qu'il y a dix ans lui et son cousin, ils (crée) une entreprise.

4. Le PDG a souligné que la situation économique (être) très dure et qu'il (falloir) travailler beaucoup pour que l'entreprise puisse survivre.

5. Si la directrice de marketing mentait aux clients, l'entreprise (ne pas pouvoir) vendre les machines anciennes.

6. Si le travail à la chaîne (ne pas être) si monotone, il n'aurait pas abandonné l'usine l'année dernière.

7. Si Jean-Marc avait plus d'expérience, il (réussir) à trouver du travail.

8. Il faut que le publicitaire (faire) preuve d'habileté verbale et (dire) les choses de manière originale.

9. Nous voulons que vous (accomplir) ce devoir le plus vite possible.

10. Je ne suis pas sûr que ces ingénieurs (être) assez compétents.

Зразок оформлення реферату

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

Кафедра іноземних мов та перекладу

РЕФЕРАТ

з прочитаної _____ мовою літератури
з фаху (назва спеціальності, шифр)
на тему: " _____ "
аспіранта (здобувача) _____

(прізвище, ім'я та по батькові)

Науковий керівник
доктор___наук, проф.
прізвище, ім'я та по батькові
/підпис/
Печатка
викладач_____мови
прізвище, ім'я та по батькові
/підпис/

Зміст

Вступ	3
1. Кваліфікаційні вимоги до аспірантів	4
2. Мета і завдання навчальної дисципліни	4
3. Навчально-методичні матеріали з навчальної дисципліни	7
4. Організація навчального процесу	8
5. Форми поточного контролю і вимоги на іспиті	10
6. Рекомендована література	13
Додатки	18

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

**Робоча програма
навчальної дисципліни
"ІНОЗЕМНА МОВА"
для аспірантів і здобувачів**

Укладачі: **Колбіна Тетяна Василівна**
Ігнатенко Лариса Олександрівна

Відповідальний за випуск **Колбіна Т. В.**

Редактор **Зобова З. В.**

Коректор **Зобова З. В.**

План 2014 р. Поз. № 230 ЕВ. Обсяг 41 стор.

Видавець і виготівник – видавництво ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 61166, м. Харків, пр. Леніна, 9а

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів видавничої справи

Дк № 481 від 13.06.2001 р.