

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

**ІНОЗЕМНА МОВА
МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ**

**Робоча програма
для студентів усіх спеціальностей
першого (бакалаврського) рівня**

**Харків
ХНЕУ ім. С. Кузнеця
2017**

УДК 81'243(07.034)

I-67

Укладачі: Ж. В. Давидова

І. О. Решетняк

Д. С. Ципіна

Затверджено на засіданні кафедри іноземних мов та перекладу.

Протокол № 7 від 23.12.2016 р.

Самостійне електронне текстове мережеве видання

Іноземна мова міжнародного бізнесу : робоча програма I-67 для студентів усіх спеціальностей першого (бакалаврського) рівня [Електронний ресурс] / уклад. Ж. В. Давидова, І. О. Решетняк, Д. С. Ципіна. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2017. – 53 с. (Укр. мов., рос. мов., англ. мов., нім. мов., фр. мов.)

Подано тематичний план навчальної дисципліни та її зміст за модулями й темами. Вміщено плани практичних занять, матеріал для самостійної роботи, а також систему оцінювання знань студентів.

Рекомендовано для студентів економічних напрямів підготовки.

УДК 81'243(07.034)

© Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, 2017

Вступ

Процеси глобалізації та інтеграції у світі, економічний і соціальний розвиток України, входження України в європейський освітній простір значно збільшили потребу у фахівцях, які в професійній діяльності здатні до спілкування з представниками інших мов та культур (у безпосередньому контакті або опосередковано через сучасні технічні засоби або різноманітні носії інформації). Володіння однією або двома іноземними мовами стало невід'ємною складовою частиною підготовки сучасного фахівця з міжнародної економіки.

Нові інформаційні технології, що надали можливість пошуку необхідної інформації у світовій мережі Інтернет, потребують від фахівців не тільки удосконалених мовленнєвих навичок (розмовних, читання, аудіювання, письма), а і здатності швидко та якісно переробляти великі обсяги інформації, адекватно перекладати необхідний мовний матеріал на рідну мову і навпаки.

Фахівцям з міжнародної економіки володіння іноземними мовами надає значні переваги, оскільки дозволяє здійснювати економічний аналіз ринків збуту, проводити маркетингове дослідження, приймати оптимальні рішення в комерційній сфері з урахуванням різних аспектів співробітництва із закордонними партнерами тощо.

Навчальна дисципліна "Іноземна мова міжнародного бізнесу" є вибірковою навчальною дисципліною та вивчається згідно з навчальним планом підготовки першого бакалаврського рівня усіх спеціальностей.

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни
		денна форма навчання
Кількість кредитів – 5	Галузь знань: усі	Вибіркова
Змістових модулів – 2	Спеціальність: усі	Рік підготовки
		2-й
Семестр		
4-й		
Загальна кількість годин – 150	Освітній ступінь: бакалавр	Практичні
Тижневих годин: аудиторних – 4; самостійної роботи студента – 6		64 год
		Самостійна робота
		86 год
		Вид контролю
		Диференційований залік

Примітка. Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить – 74 %.

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Цілями викладання даної навчальної дисципліни є:

практична – оволодіння студентом діловою іноземною мовою як засобом ділового спілкування на професійному рівні, аналізом економічної ситуації та економічної діяльності в світі, знайомством зі світовим досвідом і досягненнями в галузі економіки, науки та техніки для подальшого використання їх в своїй практичній діяльності;

розвиваюча – подальший розвиток комунікативних здібностей студента, його пам'яті, логічного мислення, вольових якостей, здібностей вирішувати певні проблеми та завдання соціальної діяльності – планування (формування місії організації, розробки бізнес-планів, прогнозування тощо); організації (забезпечення, прийняття та реалізація управлінських рішень, управління персоналом, формування колективу, керування ним тощо); мотивації (розробки ефективних систем мотивації та оплати праці, створення сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі); контролю (контролю і оцінювання всіх згаданих видів діяльності);

координації (узгодження використання всіх видів ресурсів, управління конфліктами); дослідження у сфері міжнародних економічних зв'язків;

освітня – навчання підлеглих у галузі зовнішньоекономічної діяльності, керівництво практикою, викладання управлінських дисциплін у середніх навчальних закладах;

загальноосвітня – збагачення духовного світу особистості, розширення знань про світ і країни, мову яких вивчають студенти, про міжкультурні відмінності та їх роль у зовнішньоекономічній діяльності, про іноземну мову – її історію, побудову, систему, особливості і подібності до рідної мови студентів;

виховна – формування стійкого світогляду, формування політичної свідомості та культури, активності та творчої ініціативи при вирішенні сучасних проблем, соціальної відповідальності за діяльність організації, здатності до ефективної комунікаційної взаємодії, засвоєння культури спілкування, прийнятої у сучасному цивілізованому світі; виховання таких рис особистості, як доброзичливість, толерантність, колективізм, працьовитість.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни "Іноземна мова міжнародного бізнесу" є формування в студентів таких іншомовних комунікативних компетентностей:

лінгвістичної – коректування, уніфікації та розвитку системи базових мовних знань з фонетики, граматики й лексики іноземної мови; розвитку умінь і навичок з усіх видів мовленнєвої діяльності (читання, говоріння, аудіювання, письмо) у межах загальнонавчальної та загально-економічної мови;

прагматичної – уміння користуватися мовою для досягнення певних функціональних цілей в залежності від особливостей соціальної й професійної взаємодії: від ситуації, статусу співрозмовників й адресата мови й інших факторів, що стосуються прагматики ділового спілкування;

соціолінгвістичної – вміння обирати мовні форми, використовувати й перетворювати їх відповідно до низки екстралінгвістичних факторів (конкретних індивідів, які застосовують певні мовні одиниці у професійній сфері);

професійної – здатності ставити й вирішувати прикладні завдання на іноземній мові відповідно до сучасних професійних вимог.

Об'єктом навчальної дисципліни є міжнародний бізнес та сучасна іноземна мова, притаманна для цієї сфери.

Предметом навчальної дисципліни є практичний аспект застосування іноземної мови у сучасному міжнародному бізнесі.

Міждисциплінарні зв'язки: вивчення дисципліни "Іноземна мова міжнародного бізнесу" є складовою циклу соціогуманітарних дисциплін з підготовки за освітньо-кваліфікаційним рівнем "бакалавр" усіх спеціальностей. Вивчення дисципліни базується на знаннях, набутих студентами при вивченні навчальної дисципліни "Іноземна мова" на першому курсі. Навчальна дисципліна взаємопов'язана з іншими дисциплінами, які входять до базового (загальнопрофесійного) циклу, а саме: "Політична економіка", "Маркетинг", "Менеджмент".

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати: мовний матеріал мови, що вивчається (лексика, граматики, структурні й мовні моделі) у професійному контексті на рівні, визначеному Радою Європи як B2, у тому числі:

- граматичні структури, типові для усної й письмової професійно-орієнтованої комунікації;
- базову нормативну граматику й складні граматичні конструкції в активному володінні та для пасивного сприйняття;
- загальноповживану, загальноекономічну й професійну лексику;
- міжнародну лексику;
- термінологічну лексику;
- правила ділового етикету та міжкультурної комунікації;
- реєстри (стилі) спілкування, у тому числі типові для професійного спілкування;
- мовні особливості ділового спілкування, а також спілкування у мережі Інтернет;

вміти:

- користуватися іноземною мовою у професійній діяльності та у побутовому спілкуванні:
 - розуміти зміст текстів професійно-орієнтованого характеру певного рівня складності;
 - здійснювати пошук інформації за завданням, збирання, аналіз даних, необхідних для вирішення умовно-професійних завдань;
 - працювати з іншомовними джерелами інформації;
 - презентувати іншомовну інформацію професійного характеру у вигляді переказу або доповіді;

- сприймати на слух зміст навчальних аудіоматеріалів професійного спрямування;
- брати активну участь у дискусіях із професійно значущих проблем, обґрунтовувати власну точку зору;
- здійснювати ефективну професійну комунікацію з представниками інших культур.

Таблиця 2.1

**Професійні компетентності, які отримують студенти
після вивчення навчальної дисципліни**

Код компетентності	Назва компетентності	Складові компетентності
ІММБ* 1	Лінгвістична	Лексична – застосування лексичних засобів у діловій іноземній мові
		Граматична – знання та вміння користуватися граматичними ресурсами мови
		Семантична – здатність студента усвідомлювати й контролювати організацію змісту тексту
ІММБ 2	Соціокультурна	Країнознавча – знання професійної тематики країнознавчої інформації
		Лінгвокраїнознавча – здатність сприймати мову в її культурноносії функції
		Соціолінгвістична – знання особливостей національного мовленнєвого етикету і невербальної поведінки
ІММБ 3	Професійна міжкультурна	Засвоєння системи професійно-предметних знань іноземною мовою у сфері міжнародного бізнесу
		Знання особливостей ведення міжнародного бізнесу
		Уміння визначати інтегральні показники оцінки ризику фінансово-господарської діяльності підприємства
		Знання особливостей ділового міжкультурного спілкування
		Уміння налагоджувати взаємодію в ситуаціях міжкультурної комунікації

Примітка. ІММБ – іноземна мова міжнародного бізнесу.

3. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1

Стили ведення бізнесу. Франчайзинг. Злиття та поглинання

Тема 1. Стили ведення бізнесу. Множина іменників іншомовного походження. Вживання прийменників після дієслів

Мова спеціальності. Типові портрети менеджерів різних країн та їх підхід до ведення бізнесу. Особливості корпоративної культури в різних країнах. Корпоративна етика. Роль міжкультурної комунікації у веденні успішного бізнесу.

Ділове спілкування. Пошук ділових партнерів через Інтернет. Ведення переговорів із представниками інших країн.

Ділове листування. Мето.

Грамматика. Фразові дієслова. Множина іменників іншомовного походження. Вживання прийменників після дієслів.

Тема 2. Франчайзинг. Модальні дієслова з перфектним інфінітивом

Мова спеціальності. Особливості франчайзингового бізнесу. Світові франчайзингові мережі. Права та обов'язки франчайзора та фрачайзі.

Ділове спілкування. Обговорення необхідних документів для складання франчайзингової угоди.

Ділове листування. Лист-запит.

Грамматика. Модальні дієслова з перфектним інфінітивом. Словотворення: суфікси, префікси.

Тема 3. Злиття та поглинання. Дісприкметник та його форми і функції

Мова спеціальності. Особливості конкурентного середовища. Об'єднання компаній як форма виживання у конкурентному середовищі. Різні способи об'єднання компаній. Причини успішного та неуспішного об'єднання.

Ділове спілкування. Складання аргументованих прогнозів для потенціального об'єднання. Аналіз діяльності нових об'єднань.

Ділове листування. Лист-рекламація.

Грамматика. Дісприкметник та його форми і функції.

Змістовий модуль 2

Фондовий ринок. Маркетинг та реклама

Тема 4. Фондовий ринок. Умовні речення: First, Second, and Third Conditional та особливості їх вживання

Мова спеціальності. Біржа та її види. Основні фондові біржі світу та тенденції їх діяльності. Види цінних паперів: акції, облігації, деривативи. Біржові індекси.

Ділове спілкування. Аналіз біржових новин у пресі.

Граматика. Умовні речення: First, Second, and Third Conditional та особливості їх вживання.

Тема 5. Маркетинг та реклама. Порівняння герундія, дієприкметника та інфінітива. Відносні речення. Ідіоми

Мова спеціальності. Поняття про маркетинг. Основні маркетингові інструменти. Маркетинг-мікс. Методи маркетингового дослідження. Створення бренда. Особливості міжнародного маркетингу.

Роль реклами та її типи. Рекламний девіз (слоган). Засоби впливу на цільову групу споживачів.

Ділове спілкування. Проведення маркетингового дослідження. Складання рекламного оголошення. Написання сценарію для телевізійного рекламного ролика.

Ділове листування. Рекламний лист.

Граматика. Дієслова, після яких вживають герундій і дієприкметник, конструкції з герундієм, дієприкметником та інфінітивом. Синтетичні та аналітичні форми Subjunctive Mood. Використання Subjunctive Mood у простих реченнях.

4. Структура навчальної дисципліни

Таблиця 4.1

Теми		Кількість годин за навчальним планом			
		Загальна кількість	Практичні заняття	Самостійна робота	Інд.-консульт. робота
Змістовий модуль 1					
Стилі ведення бізнесу. Франчайзинг. Злиття та поглинання					
Тема 1.	Стилі ведення бізнесу. Множина іменників іншомовного походження. Вживання прийменників після дієслів	29	12	16	1
Тема 2.	Франчайзинг. Модальні дієслова з перфектним інфінітивом	18	8	12	–
Тема 3.	Злиття та поглинання. Дієприкметник та його форми і функції	25	8	17	–
Разом за змістовим модулем 1		75	28	45	2
Змістовий модуль 2					
Фондовий ринок. Маркетинг та реклама					
Тема 4.	Фондовий ринок. Умовні речення: First, Second, and Third Conditional та особливості їх вживання	29	16	13	–
Тема 5.	Маркетинг та реклама. Порівняння герундія, дієприкметника та інфінітива. Відносні речення. Ідіоми	46	20	25	1
Залік		75	36	37	1
Разом		150	64	82	2
Разом по дисципліні		150	64	82	4

5. Теми практичних занять

Практичне заняття є основною організуючою ланкою навчального процесу. Саме на занятті здійснюється вирішення конкретних теоретичних, практичних, розвиваючих та виховних завдань, які, у своїй сукупності, забезпечують досягнення кінцевої мети: опанування студентами основних теоретичних положень навчальної дисципліни, набуття практичних навичок та умінь застосовувати їх у житті, закріплення морально-етичних задач ведення бізнесу.

Практичне заняття передбачає постановку конкретної проблеми, обговорення її за участю студентів, виконання завдань та їх обговорення, розв'язування контрольних завдань, їх перевірку, оцінювання. Перелік тем практичних занять наведений у табл. 5.1.

Перелік тем практичних занять

Змістовий модуль	Теми практичних занять	Питання для обговорення	Кількість годин	Література
1	2	3	4	5
Змістовий модуль 1. Стилі ведення бізнесу. Франчайзинг. Злиття та поглинання	Тема 1. Стилі ведення бізнесу. Множина іменників іншомовного походження. Вживання прийменників після дієслів	Обговорення типових портретів менеджерів різних країн та їх підхід до ведення бізнесу. Особливості корпоративної культури в різних країнах. Корпоративна етика. Роль міжкультурної комунікації у веденні успішного бізнесу. Написання мемо. Обговорення такого виду бізнесу як франчайзинг, прав та обов'язків франчайзора та франчайзі, переваг та недоліків цього виду бізнесу, відомих франчайзингових компаній. Рольова гра "Укладання франчайзингової угоди"	12	Основна: [1; 4 – 11; 14; 15]. Додаткова: [34; 38]
	Тема 2. Франчайзинг. Модальні дієслова з перфектним інфінітивом	Написання листа-запита. Вживання модальних дієслів із перфектним інфінітивом для висловлювання можливості, вірогідності, невиконаної дії, яка мала відбутися. Дієслова, які завжди використовуються з відповідними прийменниками. Способи утворення множини у іменників латинського та грецького походження	8	Основна: [10; 11; 13; 28]. Додаткова: [40; 41]
	Тема 3. Злиття та поглинання. Дієприкметник та його форми і функції	Бесіда про особливості конкурентного середовища. Об'єднання компаній як форма виживання у конкурентному середовищі. Різні способи об'єднання компаній. Причини успішного та неуспішного об'єднання. Пряма та непряма мова. Загальні та спеціальні питання у непрямій мові. Накази та прохання у непрямій мові. Утворення наказового способу у прямій мові	8	Основна: [4; 6; 8]. Додаткова: [35; 36; 42; 47]

1	2	3	4	5
Змістовий модуль 2. Фондовий ринок. Маркетинг та реклама	Тема 4. Фондовий ринок. Умовні речення: First, Second, and Third Conditional та особливості їх вживання	Ознайомлення з лексикою за темою. Робота з текстом. Переклад на рідну мову. Виконання лексико-граматичних вправ. Переклад речень та мікро-текстів з рідної на іноземну мову	16	Основна: [1; 3 – 11; 18; 20]. Додаткова: [32; 33; 42; 46]
	Тема 5. Маркетинг та реклама. Порівняння герундія, дієприкметника та інфінітива. Відносні речення. Ідіоми	Бесіда про маркетинг, основні маркетингові інструменти, маркетинг-мікс. Методи маркетингового дослідження. Створення бранда. Особливості міжнародного маркетингу. Роль реклами та її типи. Рекламний девіз (слоган). Засоби впливу на цільову групу споживачів. Написання рекламного листа. Дієслова, після яких вживаються герундій і дієприкметник, конструкції з герундієм, дієприкметником та інфінітивом. Відносні речення. Ідіоми. Синтетичні та аналітичні форми Subjunctive Mood. Використання Subjunctive Mood у простих реченнях	20	Основна: [4; 6; 9; 14; 27] Додаткова: [37; 38; 42; 45]

5.1. Приклади типових практичних завдань за темами

Змістовий модуль 1

Стилі ведення бізнесу. Франчайзинг. Злиття та поглинання

Тема 1. Стилі ведення бізнесу

Мета заняття: розвиток навичок: а) аудіювання; б) монологічного і діалогічного мовлення за темою; в) вживання пасивного стану.

Навчальні посібники: [10].

Роздатковий матеріал: картинки із зображенням різних видів торгових точок, лексичні картки, аудіозаписи; граматичні таблиці, англо-українські та українсько-англійські словники.

План заняття

I. Введення нової теми за допомогою ілюстрацій із зображенням різних країн та обговорювання асоціацій, пов'язаних з ними (15 хв).

Питання до студентів:

1. Що зображено на ілюстраціях?
2. Які асоціації у вас пов'язані з цими країнами?
3. Спробуйте намалювати психологічний портрет нації з ілюстрації.
4. Які особливості українського стилю ведення бізнесу вам подобаються, а які не подобаються? Чому? Як їх уникнути, на вашу думку?

II. Введення нової лексики (15 хв).

Командна гра: хто знає найбільше термінів, пов'язаних з темою.

III. Аудіювання (5 хв). Основні стилі ведення бізнесу.

Завдання:

- а) прослухати текст і сказати, які нові стилі студенти почули;
- б) прослухати текст ще раз і сказати, яка різниця між західним та східним стилями ведення бізнесу.

IV. Читання тексту про основні поняття теми (20 хв).

Завдання до тексту:

- а) заповнити картки з написаним текстом, у якому пропущені слова за темою;
- б) розказати про основні стилі ведення бізнесу у світі.

V. Дискусія (30 хв).

1. Переваги та недоліки західного та східного стилів ведення бізнесу.
2. До якого стилю ведення бізнесу можна віднести український стиль?
3. Що нам треба поліпшити у своєму відношенні до бізнесу?
4. Який стиль можна взяти за приклад? Чому?

VI. Аудіювання тексту (30 хв).

Прослуховування інтерв'ю, у якому японський консультант висвітлює найважливіші, на її думку, проблеми, які повинні мати на увазі бізнесмени, які їдуть до Японії за бізнесом. Після прослуховування інтерв'ю, студентам пропонують дати відповідь на запитання:

1. Скільки основних проблем окреслила професор і в якій послідовності?

Після повторного прослуховування інтерв'ю:

2. Як професор Дж. Мур розкрила зміст цих проблем?

3. Якими новими аргументами або деталями це інтерв'ю розширило ваші знання про проблеми, пов'язані з веденням бізнесу у Японії?

VII. Граматика (35 хв).

Викладач зачитує речення. Студенти мають визначити, в яких з них є іменники іншомовного походження у множині.

VIII. Підсумок заняття (10 хв).

IX. Домашнє завдання (5 хв).

Викласти у письмовій формі свої думки стосовно того, які проблеми стоять перед особами, які їдуть за кордон для ведення бізнесу та що треба робити, щоб їх уникнути.

6. Самостійна робота

Самостійна робота студента (СРС) – це форма організації навчального процесу, за якої заплановані завдання виконуються студентом самостійно під методичним керівництвом викладача.

Мета СРС – засвоєння в повному обсязі навчальної програми та формування у студентів загальних і професійних компетентностей, які відіграють суттєву роль у становленні майбутнього фахівця вищого рівня кваліфікації.

Навчальний час, відведений для самостійної роботи студентів денної форми навчання, визначається навчальним планом і становить 74 % (86 годин) від загального обсягу навчального часу на вивчення дисципліни (150 годин). У ході самостійної роботи студент має перетворитися на активного учасника навчального процесу, навчитися свідомо ставитися до оволодіння теоретичними і практичними знаннями, вільно орієнтуватися в інформаційному просторі, нести індивідуальну відповідальність за якість власної професійної підготовки. СРС включає: опрацювання та вивчення рекомендованої літератури, основних термінів та понять за темами дисципліни; підготовку до практичних занять; підготовку до виступу на практичних заняттях; поглиблене опрацювання окремих тем або питань; виконання індивідуальних завдань за вивченою темою; написання есе за заданою проблематикою; пошук (підбір) та огляд літературних джерел за заданою проблематикою дисципліни; аналітичний розгляд наукової публікації; контрольну перевірку студентами особистих знань за запитаннями для самодіагностики; підготовку до контрольних робіт та інших форм поточного контролю; підготовку до модульного контролю (колоквіуму); систематизацію вивченого матеріалу з метою підготовки до семестрового екзамену.

Необхідним елементом успішного засвоєння матеріалу навчальної дисципліни є самостійна робота студентів з вітчизняною та закордонною спеціальною економічною літературою, нормативними актами з питань державного регулювання економіки, статистичними матеріалами. Основні види самостійної роботи, які запропоновані студентам для засвоєння теоретичних знань з навчальної дисципліни, наведені в табл. 6.1.

Таблиця 6.1

Завдання для самостійної роботи студентів та форми її контролю

Назва теми	Питання для самостійного опрацювання	Кількість годин	Форми контролю	Література
1	2	3	4	5
Змістовий модуль 1				
Стилі ведення бізнесу. Франчайзинг. Злиття та поглинання				
<i>Тема 1.</i> Стилі ведення бізнесу. Множина іменників іншомовного походження. Вживання прийменників після дієслів	Вивчення лексики за темою. Робота з текстом. Переклад на рідну мову. Виконання лексико-граматичних вправ. Переклад речень, мікротекстів з рідної мови на іноземну. Складання типових портретів менеджерів різних країн та їх підхід до ведення бізнесу. Роль міжкультурної комунікації у веденні успішного бізнесу. Написання мемо. Особливості корпоративної культури в різних країнах. Корпоративна етика. Пошук ділових партнерів через Інтернет. Ведення переговорів із представниками інших країн. Правила утворення множини іменників латинського та грецького походження	16	Переклад тексту; словниковий диктант; написання листа; презентація з теми	Основна: [1; 4 – 11; 16; 18; 21]
<i>Тема 2.</i> Франчайзинг. Модальні дієслова з перфектним інфінітивом	Вивчення лексики за темою. Робота з текстом. Переклад на рідну мову. Виконання лексико-граматичних вправ. Переклад речень та мікротекстів з рідної мови на іноземну. Підготовка міні-доповідей про особливості франчайзингового бізнесу та історію його виникнення, світові франчайзингові мережі, права та обов'язки франчайзора та франчайзі. Аналіз необхідних документів для складання франчайзингової угоди. Підготовка до рольової гри "Укладання франчайзингової угоди"	12	Міні-доповідь; словниковий диктант; тест за темою	Основна: [1; 4 – 11; 16; 18; 21]

1	2	3	4	5
	Написання електронного листа-запита. Вживання модальних дієслів з перфектним інфінітивом для висловлювання можливості, вірогідності, невиконаної дії, яка мала відбутися			
<i>Тема 3.</i> Злиття та поглинання. Дієприкметник та його форми і функції	Вивчення лексики за темою. Робота з текстом. Виконання лексико-граматичних вправ. Переклад на рідну мову. Підготовка до бесіди про особливості конкурентного середовища, про об'єднання компаній як форми виживання у конкурентному середовищі. Підготовка міні-доповідей про різні способи об'єднання компаній. Причини успішного та неуспішного об'єднання. Написання листа-рекламації. Види дієприслівникових зворотів. Особливості їх утворення та вживання у мові. Типи протиставних прислівників, їх відмінності	17	Тест за темою; презентація з теми; написання есе	Основна: [1; 4 – 11; 14; 15; 17]
Змістовий модуль 2 Фондовий ринок. Маркетинг та реклама				
<i>Тема 4.</i> Фондовий ринок. Умовні речення: First, Second, and Third Conditional та особливості їх вживання	Вивчення лексики за темою. Робота з текстом. Переклад на рідну мову. Виконання лексико-граматичних вправ. Переклад речень та мікротекстів на іноземну мову. Монологічні та діалогічні висловлювання про біржу та її види, основні фондові біржі світу та тенденції їх діяльності. Міні-доповіді про види цінних паперів: акції, облігації та ін. Аналіз біржових новин у пресі. Правила побудови умовних речень: First, Second, and Third Conditional та особливості їх вживання	13	Письмова контрольна робота; презентація з теми; лексико-граматичний тест	Основна: [1, 4 – 11; 16; 18; 19]
<i>Тема 5.</i> Маркетинг та реклама. Порівняння герундія, дієприкметника та інфінітива. Відносні речення. Ідіоми	Вивчення лексики за темою. Робота з текстом. Переклад на рідну мову. Виконання лексико-граматичних вправ. Переклад речень та мікротекстів з рідної мови на іноземну. Монологічні та діалогічні висловлювання про маркетинг та основні маркетингові інструменти, про роль реклами та її види, про регулярні світові та європейські виставки. Проведення маркетингового дослідження для конкретного виду бізнесу. Складання рекламного оголошення, написання сценарію для рекламного ролика. Підготовка до дискусії про засоби впливу на цільову групу споживачів. Написання рекламного листа. Синтетичні та аналітичні форми Subjunctive Mood. Використання Subjunctive Mood у простих реченнях. Дієслова, після яких вживають герундій і дієприкметник, конструкції з герундієм, дієприкметником та інфінітивом. Відносні речення	25	Письмовий тест з теми; презентація з теми; написання есе	Основна: [1; 3 – 11; 18; 20]

7. Індивідуально-консультативна робота

Індивідуально-консультативна робота здійснюється за графіком індивідуально-консультативної роботи у формі індивідуальних занять, консультацій, перевірки виконання індивідуальних завдань, перевірки та захисту завдань, що винесені на поточний контроль, тощо.

Формами організації індивідуально-консультативної роботи є:

а) за засвоєнням теоретичного матеріалу:

консультації: індивідуальні (запитання – відповідь), групові (розгляд типових прикладів – ситуацій);

б) за засвоєнням практичного матеріалу:

консультації індивідуальні та групові;

в) для комплексної оцінки засвоєння програмного матеріалу:

індивідуальне здавання виконаних робіт.

8. Методи навчання

При викладанні дисципліни для активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів передбачено застосування таких навчальних технологій, як дискусія, диспут, робота в малих групах, семінари-дискусії, ділові та рольові ігри (табл. 8.1).

Таблиця 8.1

Розподіл форм та методів активізації процесу навчання за темами навчальної дисципліни

Тема	Практичне застосування навчальних технологій
1	2
<i>Тема 1.</i> Стили ведення бізнесу. Множина іменників іншомовного походження. Вживання прийменників після дієслів	Тема дискусії: "Роль міжкультурної комунікації у веденні успішного міжнародного бізнесу". Обговорення рис успішного керівника. Особливості українського менеджменту
<i>Тема 2.</i> Франчайзинг. Модальні дієслова з перфектним інфінітивом	Рольова гра "Укладання франчайзингової угоди"
<i>Тема 3.</i> Злиття та поглинання. Дієприкметник та його форми і функції	Тема дискусії: "Роль особистісних якостей керівників у процесі трансформації підприємства". Тема диспуту: "Європейський Союз і Україна"

1	2
Тема 4. Фондовий ринок. Умовні речення: First, Second, and Third Conditional та особливості їх вживання	Рольова гра "Покупка цінних паперів"
Тема 5. Маркетинг та реклама. Порівняння герундія, дієприкметника та інфінітива. Відносні речення. Ідіоми	Складання діалогів та монологічних висловлювань з теми. Написання слоганів, рекламних оголошень, рекламного листа та сценарію для рекламного ролика. Презентація підприємства

Завдання **евристичного, творчого характеру** розвивають вміння систематизувати набуті знання та використовувати їх в практичних цілях.

Дискусія – обговорення якогось спірного питання, проблеми. Передбачає обмін думками і поглядами учасників з приводу даної теми, а також розвиває мислення, допомагає формувати погляди і переконання, набувати вміння формулювати думки й висловлювати їх, вчить оцінювати пропозиції інших людей, критично підходити до власних поглядів. Дискусія виправдовує свою назву в тому випадку, якщо обговорюване питання припускає альтернативні відповіді.

Дискусія може бути визначена й спровокована викладачем, але може виникнути й спонтанно. Усякий дискусійний виступ студента потрібно тактовно привітати, що служить гарним стимулом для творчої активності на наступних практичних заняттях.

Участь у дискусії формує в партнерів (студентів, викладачів) комунікативні навички, культуру спілкування, у тому числі вміння терпимо ставитися до думки співрозмовника, вести дискусію, аргументовано доводити свою точку зору, уміння слухати й поважати думку опонента.

Диспут – спеціально підготовлена й організована публічна суперечка на наукову або суспільно важливу тему, у якій беруть участь дві або більше сторін, що відстоюють свої позиції. Метою занять-диспутів є формування оціночних суджень, твердження уявлень про світ. Для успішного проведення диспуту необхідна значна підготовка, орієнтована на ознайомлення із проблемою, і створення адекватної атмосфери в самій аудиторії. Учасників краще розділити на підгрупи, кожна з яких має дискутувати з іншою за заздалегідь розробленими питаннями, підготувати повідомлення й аргументи.

Рольові ігри – форма активізації студентів, за якою вони задіяні в процесі інсценізації певної ситуації у ролі безпосередніх учасників подій, за правилами, які розроблено, або виробляються самими учасниками.

Презентації – виступи перед аудиторією, що використовуються для представлення певних досягнень, результатів роботи групи, звіту про виконання індивідуальних завдань, демонстрації нових товарів і послуг.

Таблиця 8.2

Використання методик активізації процесу навчання

Тема навчальної дисципліни	Практичне застосування методик	Методики активізації процесу навчання
<i>Тема 1.</i> Стилi вeдeння бiзнесу. Множина iмeнникiв iншoмoвнoгo пoхoджeння. Вживання прийменникiв пiсля дiєслiв	<i>Практичне заняття.</i> Тема 1. "Роль мiжкультурнoї кoмунiкацiї у вeдeннi успiшнoгo бiзнесу"	Дискусiї, диспути, презентацiї
<i>Тема 2.</i> Франчайзинг. Модальнi дiєслoвa з пeрфeктним iнфiнiтивoм	<i>Практичне заняття.</i> Тема 2. "Особливостi фрaнчaйзингoвoгo бiзнесу тa iстoрiя йoгo виникнeння, свiтoвi фрaнчaйзингoвi мeрeжi"	Рoбoтa в мaлих грoпax, мiнi-дoпoвiдi, презентацiї, рoльoвa грa
<i>Тема 3.</i> Злиття тa пoглинaння. Дiєприкметник тa йoгo фoрми i фyнкцiї	<i>Практичне заняття.</i> Тема 3. "Особливостi кoнкyрeнтнoгo сeрeдoвищa. Об'єднaння кoмпaнiй як фoрмa вживaння у кoнкyрeнтнoмy сeрeдoвищi"	Дискусiї, презентацiї, диспут
<i>Тема 4.</i> Фoндoвий ринoк. Умoвнi рeчeння: First, Second, and Third Conditional тa oсoбливoстi iх вживaння	<i>Практичне заняття.</i> Тема 4. "Види цiнних пaпeрiв: акцiї, oблiгацiї, бiржoвi iндeкcи"	Рoбoтa в мaлих грoпax, мoзкoвi aтaки, рoльoвa грa
<i>Тема 5.</i> Мaркeтинг тa рeклaмa. Пoрiвняння гeрyндiя, дiєприкметникa тa iнфiнiтивa. Вiднoснi рeчeння. Iдioми	<i>Практичне заняття.</i> Тема 5. "Склaдaння рeклaмнoгo oгoлoшeння, нaписaння сцeнaрiю для рeклaмнoгo рoликa"	Рoбoтa в мaлих грoпax, мoзкoвi aтaки, мeтoд сцeнaрiїв, презентацiї

9. Методи контролю

Система оцінювання сформованих компетентностей (див. табл. 2.1) у студентів враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні, семінарські, практичні заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою. Відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця, контрольні заходи включають:

поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних, практичних, семінарських занять і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту скласти іспит, – 35 балів);

модульний контроль, що проводиться з урахуванням поточного контролю за відповідний змістовий модуль і має на меті *інтегровану* оцінку результатів навчання студента після вивчення матеріалу з логічно завершеної частини дисципліни – змістового модуля;

підсумковий/семестровий контроль, що проводиться у формі семестрового екзамену, відповідно до графіку навчального процесу.

Поточний контроль здійснюється протягом семестру під час проведення практичних занять і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту скласти іспит – 35 балів).

Оцінювання проводиться за такими критеріями:

1) рівень засвоєння мовного та мовленнєвого матеріалу за видами мовленнєвої діяльності (читання, аудіювання, говоріння, письмо);

2) ступінь засвоєння культурологічного і країнознавчого матеріалу навчальної дисципліни;

3) уміння поєднувати теорію з практикою при виконанні завдань, винесених для самостійного опрацювання, та завдань, винесених на опрацювання в аудиторії;

5) логіка, структура, стиль викладання матеріалу в письмових роботах і при виступах в аудиторії, вміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.

Навчальна діяльність студентів оцінюється за критеріями, наведеними далі.

Практичні заняття – активність на занятті (0 – 0,25 бала):

ініціативність, висока активність – 0,25 бала;

безініціативність, низька активність – 0,1 бала;

відсутність або пасивна присутність на занятті – 0 балів.

Завдання за темами (0 – 1,5 бали):

Аудіювання:

Високий (1 – 1,5 бали):

1. Студент розуміє основний зміст мовлення, яке може мати певну кількість незнайомих слів, про значення яких можна здогадатись, а також основний зміст чітких повідомлень різного рівня складності.

2. Студент розуміє тривале мовлення, яке може містити певну кількість незнайомих слів, про значення яких можна здогадатися. Уміє знаходити в інформаційних текстах з незнайомим матеріалом необхідну інформацію, подану у вигляді оціночних суджень, опису, аргументації.

3. Студент розуміє тривале мовлення й основний зміст повідомлень, сприймає на слух подану фактичну інформацію в повідомленні.

Середній (0,5 – 1 бал):

1. Студент розуміє основний зміст поданих у нормальному темпі текстів, побудованих на вивченому мовному матеріалі, які мають певну кількість незнайомих слів, про значення яких можна здогадатися, сприймає більшу частину необхідної інформації, подану у вигляді оціночних суджень, опису, аргументації.

2. Студент розуміє основний зміст стандартного мовлення в межах тематики ситуативного мовлення, яке може мати певну кількість незнайомих слів, про значення яких можна здогадатися. В основному сприймає на слух експліцитно подану інформацію.

3. Студент розуміє основний зміст мовлення, яке може мати певну кількість незнайомих слів, про значення яких можна здогадатися, а також сприймає основний зміст повідомлень і фактичну інформацію, подану в повідомленні.

Низький (0,1 – 0,5 бала):

1. Студент розпізнає на слух прості речення, фрази та мовленнєві зразки, що звучать у нормальному темпі. В основному розуміє зміст прослуханого тексту, в якому використаний знайомий мовний матеріал.

2. Студент розуміє основний зміст поданих у нормальному темпі текстів, побудованих на вивченому мовному матеріалі.

3. Студент розуміє основний зміст поданих у нормальному темпі невеликих за обсягом текстів, побудованих на вивченому мовному матеріалі, які містять певну кількість незнайомих слів, про значення яких можна здогадатися.

Читання:

Високий (1 – 1,5 бали):

1. Студент уміє читати тексти з розумінням їх основного змісту, аналізує їх, усвідомлює смисл прочитаного тексту, встановлюючи логічні зв'язки всередині речення та між реченнями.

2. Студент уміє читати тексти, аналізує їх і робить власні висновки, розуміє логічні зв'язки в рамках тексту та між його окремими частинами.

3. Студент уміє читати тексти, аналізує їх і робить висновки, порівнює отриману інформацію з власним досвідом. У повному обсязі розуміє тему прочитаного тексту різного рівня складності.

Середній (0,5 – 1 бал):

1. Студент уміє читати з повним розумінням тексти, які містять певну кількість незнайомих слів, про значення яких можна здогадатися; уміє знаходити потрібну інформацію в текстах інформативного характеру.

2. Студент уміє читати з повним розумінням тексти, які містять певну кількість незнайомих слів, знаходити й аналізувати потрібну інформацію.

3. Студент, використовуючи словник, уміє читати тексти з повним їх розумінням, знаходити в них потрібну інформацію, аналізувати її та робити відповідні висновки.

Низький (0,1 – 0,5 бала):

1. Студент уміє читати вголос і про себе з розумінням основного змісту тексти, побудовані на вивченому матеріалі. Уміє частково знаходити необхідну інформацію у вигляді оцінних суджень за умови, якщо в текстах використовується знайомий мовний матеріал.

2. Студент уміє читати вголос і про себе з розумінням основного змісту тексти, які можуть містити певну кількість незнайомих слів, про значення яких можна здогадатися. Уміє частково знаходити необхідну інформацію у вигляді оцінних суджень, опису за умови, якщо в текстах використовується знайомий мовний матеріал.

3. Студент уміє читати з повним розумінням тексти, які можуть містити певну кількість незнайомих слів, про значення яких можна здогадатися. Уміє знаходити необхідну інформацію у вигляді оцінних суджень, опису, аргументації за умови, якщо в текстах використовується знайомий мовний матеріал.

Говоріння:

Високий (1 – 1,5 бали):

1. Студент уміє без підготовки висловлюватись і вести бесіду в межах вивчених тем, використовує граматичні структури й лексичні одиниці у відповідності з комунікативним завданням, не допускає фонематичних помилок.

2. Студент уміє логічно й у заданому обсязі побудувати монологічне висловлювання та діалогічну взаємодію, використовуючи граматичні структури й лексичні одиниці у відповідності до комунікативного завдання, не допускаючи при цьому фонематичних помилок.

3. Студент уміє вільно висловлюватись і вести бесіду в межах вивчених тем, гнучко та ефективно користуючись мовними та мовленнєвими засобами.

Середній (0,5 – 1 бал):

1. Студент уміє зв'язно висловлюватись відповідно до навчальної ситуації, малюнка, робити повідомлення з теми, простими реченнями передавати зміст прочитаного, почутого або побаченого, підтримувати бесіду, ставити запитання та відповідати на них.

2. Студент уміє логічно висловитись у межах вивчених тем відповідно до навчальної ситуації, а також у зв'язку зі змістом прочитаного, почутого або побаченого, висловлюючи власне ставлення до предмета мовлення; уміє підтримувати бесіду, вживаючи короткі репліки. Студент в основному уміє у відповідності до комунікативного завдання використовувати лексичні одиниці та граматичні структури, не допускає фонематичних помилок.

3. Студент уміє логічно висловлюватись у межах вивчених тем, передавати основний зміст прочитаного, почутого або побаченого, підтримувати бесіду, уживаючи розгорнуті репліки, у відповідності до комунікативного завдання використовує лексичні одиниці та граматичні структури, не допускає фонематичних помилок.

Низький (0,1 – 0,5 бала):

1. Студент уміє в основному логічно розпочинати та підтримувати бесіду, при цьому використовуючи обмежений словниковий запас та елементарні граматичні структури. На запит співрозмовника дає елементарну оціночну інформацію, що відображає власну точку зору.

2. Студент уміє в основному логічно побудувати невелике за обсягом монологічне висловлювання та діалогічну взаємодію, допускаючи

незначні помилки при використанні лексичних одиниць. Усі звуки в потоці мовлення вимовляються правильно.

3. Студент упевнено розпочинає, підтримує, відновлює та закінчує розмову відповідно до мовленнєвої ситуації. Усі звуки в потоці мовлення вимовляються правильно.

Письмо:

Високий (1 – 1,5 бали):

1. Студент уміє написати повідомлення, правильно використовуючи лексичні одиниці в рамках тем, пов'язаних з повсякденним життям.

2. Студент уміє подати в письмовому вигляді інформацію відповідно до комунікативного завдання з висловлюванням власного ставлення до проблеми, при цьому правильно використовує лексичні одиниці та граматичні структури.

Середній (0,5 – 1 бал):

1. Студент уміє написати коротке повідомлення за вивченою темою за зразком у відповідності до заданої комунікативної ситуації, допускаючи при цьому ряд помилок при використанні вивчених граматичних структур. Допущені помилки не порушують сприйняття тексту, у роботі вжито ідіоматичні звороти, з'єднувальні кліше, різноманітні структури, моделі тощо.

2. Студент уміє без використання опори написати повідомлення за вивченою темою, зробити нотатки, допускаючи ряд помилок при використанні лексичних одиниць. Допущені помилки не порушують сприйняття тексту, у роботі вжито ідіоматичні звороти, з'єднувальні кліше, різноманітні структури, моделі тощо.

3. Студент уміє написати повідомлення, висловлюючи власне ставлення до проблеми, написати особистого листа, при цьому правильно застосовує вивчені граматичні структури у відповідності до комунікативного завдання, використовуючи достатню кількість ідіоматичних зворотів, з'єднувальних кліше, моделей тощо.

Низький (0,1 – 0,5 бала):

1. Студент уміє написати листа за зразком, проте використовує обмежений запас лексики та граматичних структур, допускаючи помилки, які ускладнюють розуміння тексту.

2. Студент уміє написати коротке повідомлення за зразком у межах вивченої теми, використовуючи обмежений набір засобів логічного зв'язку, при цьому відсутні з'єднувальні кліше, недостатня різноманітність ужитих структур, моделей тощо.

3. Студент уміє написати коротке повідомлення/лист за зразком у відповідності до поставленого комунікативного завдання, при цьому вжито недостатню кількість з'єднувальних кліше та посередня різноманітність ужитих структур, моделей тощо.

Творчі завдання (письмові) (0 – 3 бали) – написання есе, розповіді за планом, описання певних явищ, написання творчих диктантів, творів та оповідань з використанням методів критичного мислення, проєктів діяльності тощо.

Творчі завдання (усні) (0 – 3 бали) – презентація; доповідь; інтерв'ю; участь у диспуті, дискусії; усне висловлювання з обґрунтуванням власної думки тощо.

При оцінюванні практичних завдань увага також приділяється якості, самостійності та своєчасності здачі виконаних завдань викладачу (згідно з графіком навчального процесу). Якщо якась із вимог не буде виконана, то оцінка на розсуд викладача буде знижена.

Підсумковий/семестровий контроль проводиться у формі іспиту чи заліку, визначених навчальним планом у терміни, передбачені графіком навчального процесу.

Змістовий модуль, як правило, завершується комплексною контрольною роботою.

Поточно-модульний контроль здійснюється та оцінюється за двома складовими: практичний модульний контроль і теоретичний модульний контроль.

Оцінка за практичну складову модульного контролю виставляється за накопичувальною шкалою за результатами оцінювання знань студента під час практичних занять, виконання самостійної роботи та проміжного тестового контролю згідно з графіком навчального процесу (максимум 76 балів). Бали, отримані за підсумкову комплексну контрольную роботу (максимальна кількість балів – 24), додаються до балів за поточну успішність (мінімальна кількість балів – 36). Залік виставляється за результатами роботи студента впродовж усього семестру. Порядок та критерії оцінювання зазначаються у робочій програмі навчальної дисципліни, технологічній карті. Сумарний результат у балах складає: *"60 і більше балів – зараховано"*, *"59 і менше балів – не зараховано"*.

Оцінка за теоретичну складову виставляється за результатами письмового модульного контролю (максимум 12 балів x 2 = 24 бали).

Структура модульного контролю аналогічна структурі письмового іспиту.

До письмових завдань належать:

1) завдання для перевірки прочитаного тексту (підстановка пропущених лексичних одиниць, пошук відповіді на запитання, підтвердження або заперечення запропонованих думок тощо);

2) виконання тестових завдань (вибір правильного варіанта); завдання на опрацювання лексико-граматичних структур;

3) переклад речень з рідної мови на іноземну;

4) творче завдання (написання листа, факсу, біографії, опис враження, письмовий переказ змісту прослуханого тексту, міні-твір, розповідь сюжету фільму тощо).

Оцінювання письмових робіт проводиться таким чином: кожне письмове завдання оцінюється окремо за 12-бальною шкалою, потім результати складаються та виводиться середній бал за всю письмову роботу, тобто загальна оцінка дорівнює середній арифметичній із суми оцінок кожного завдання. Якщо одна з оцінок "1 – 3", то загальна оцінка не може бути вищою ніж "5".

Для підведення підсумків роботи студентів із змістового модуля виставляється підсумкова оцінка з поточно-модульного контролю, яка враховує оцінки за практичний модульний контроль і теоретичний модульний контроль.

Далі наведено приклади типової модульної роботи. Час на виконання – 1,5 години.

**Test Paper
for the second-year students
Variant 1**

Assignment 1. A. Read the text and fill in the gaps with the sentences from the list below it.

Safeway launched its Superior Service Program about five years ago. Among its rules: make eye contact with the customer, smile, greet him or her, offer samples of products, make suggestions about other possible purchases that could go with the items being bought, and accompany them to locate items they cannot find. 1_____.

To encourage staff to follow the rules, Safeway employs an undisclosed number of "mystery shoppers" whose job is to act like regular customers. 2_____. Workers who do well earn a chance at winning \$500 worth of company stock, and managers whose workers are extremely friendly can receive additional bonuses.

Those who are graded as having poor customer service skills are sent to a training program to learn how to be friendlier. 3_____.

Corporate efforts to brighten the shopping experience – such as yellow happy-face stickers and "have-a-nice-day" slogans – have typically drawn mixed reactions. But few have caused as much angst among the sales staff as Safeway's has. It has also had some unexpected side effects. 4_____. There have been complaints by female workers in California who say that male customers have misinterpreted their friendliness and, according to some Safeway workers, the whole program is contributing to growing moral problems among the staff.

In recent interviews, half a dozen Safeway workers said the rigid implementation of the Superior Service Program has left some workers feeling so overstressed that they quit. 5_____.

Some workers said they had been penalized for not smiling even though they felt they could not. One woman said she was marked down by mystery shoppers when she was going through a painful divorce.

The policy of leading customers to a product they cannot find also causes some problems, workers said. 6_____. Lonely elderly people in particular, they said, sometimes seek to be accompanied for an extended period, even through their entire shopping list.

1. Safeway officials said they were not aware of any employee who had resigned because of the program.

2. Some cynical workers call it smile school; others call it clown school.

3. Some shoppers seem to enjoy directing workers around the store.

4. They grade workers on a 19-point scorecard, and the results affect the performance evaluations of the worker or his/her manager.

5. There have been debates on the Internet and among customers about false and genuine friendliness.

6. It also includes thanking shoppers by name at the checkout by using information from their credit, debit or Safeway card.

B. Identify 3 words in the text according to their definitions given below:

- 1) a number of names of persons or things having something in common, written out systematically one beneath or after another;
- 2) payment in addition to what is usual, necessary or expected;
- 3) group of assistants working together under a manager or head.

C. Put three questions to the text.

Assignment 2. Give definitions to the following terms:

Fee, royalty, payroll.

Assignment 3. Complete the article with the active or passive form of the verbs in brackets.

In 1992 Bechtel Corporation of America 1_____ (to appoint) as a lead contractor for the construction of the new Athens underground rail system. The aim was to have it ready for the Olympic Games, which were to take place in the city in 2004, but the complexity of the project was so great that few people believed it 2_____ (to complete) on time. There was also concern that the cost 3_____ (to exceed) the initial budget of \$3.4 billion. Despite delays caused by the time-consuming excavation of the many archaeological finds and by occasional glitches with technical equipment, Bechtel ensured that construction 4_____ (not to get) behind schedule. Once the project 5_____ (to complete), Attiko Metro SA, a newly formed private company, 6_____ (to take over) the management of the new network, which carries an estimated 400,000 passengers every day.

Assignment 4. You are the owner of a Kharkiv-based retail chain of sporting facilities who operates at the address 98 Morozov Street, 785432, Kharkiv, Ukraine. Write an enquiry (and reply) letter to the wholesaling company "Sportswear" whose address is 56 Krasnaya Street, 739148, Kursk, Russia and ask if they have in stock skis and skates of the leading brand names such as "Patagonia" or "Puma" and if they can sell you 300 pairs of skis for adults and 500 pairs of skates sized 36 to 43. Find out all the necessary information about prices, terms of payment, terms of delivery and guaranties.

Modulkontrollarbeit
für die Studenten des 2. Studenjahres
Aufgabe 1. A. Ergänzen Sie den Text durch die angegebenen Wörter.

Charakter, angeboten, Öffentlichkeit, Begriff, Wirtschaftssystem, Vollbeschäftigung
--

In der politischen Diskussion wird das (1)_____ der Bundesrepublik häufig als "soziale Marktwirtschaft" charakterisiert. Der Begriff "soziale Marktwirtschaft" wurde 1947 von dem Kölner Wirtschaftsprofessor Alfred Müller-Armack. (2)_____, so ist das Prädikat "Soziale Marktwirtschaft" nur für bestimmte Abschnitte der Nachkriegszeit gerechtfertigt, denn Wohlstandssteigerung, (3)_____ und staatliche Einkommensumleitung waren in der Bundesrepublik lediglich von 1960 bis 1966 und von 1973 gegeben. Wenn man unter sozialer Marktwirtschaft eine Wirtschaftsordnung verstehen will, in der die Produktionsmittel nicht einseitig konzentriert sind, der erwirtschaftete Überschuss nicht automatisch in das Eigentum der Kapitaleigner übergeht und in der die unternehmerischen Entscheidungen von beiden Produktionsfaktoren gleichberechtigt legitimiert und kontrolliert werden, so muss man dem Wirtschaftssystem der Bundesrepublik den sozialen (4)_____ vollständig absprechen.

Was heute unter sozialer Marktwirtschaft zu verstehen ist, mehr als 50 Jahre, nachdem Müller-Armack seine Vorstellungen über dieses Wirtschaftssystem erläutert hat, ist in der (5)_____ stark umstritten. Je nach dem politischen Standort wird der (6)_____ "sozial" weiter oder enger gefasst, so dass man in der Beurteilung der Wirtschaftspolitik und der Wirtschaftsordnung zu unterschiedlichen Ergebnissen kommt.

B. Beantworten Sie Fragen zum Text.

1. Wann und von wem wurde der Begriff "soziale Marktwirtschaft" eingeführt?
2. Für welche Zeitabschnitte trifft der Begriff "soziale Marktwirtschaft" besonders gut?
3. Welchen Charakter hat das Wirtschaftssystem Deutschlands?
4. Was geschieht mit dem erwirtschafteten Überschuss (Gewinn) in der sozialen Marktwirtschaft.
5. Was ist für soziale Marktwirtschaft charakteristisch?

6. Warum kommt man in der Beurteilung der Wirtschaftspolitik zu unterschiedlichen Ergebnissen?

Aufgabe 2. A. Schreiben Sie die Sätze im Passiv.

1. Die Arbeiter verlangen mehr Lohn.
2. Die Betriebsleitung behauptete, dass es keine Bestellungen mehr gab.
3. Man macht im Werk keine Gewinne mehr.
4. Nach diesem Verfahren hat man viele Produkte hergestellt.

B. Gebrauchen Sie Infinitiv Passiv.

1. Im nächsten Jahr ... er die Leitung der Firma (sollen, übernehmen).
2. Dieses Problem ... heute noch nicht (können, lösen)

C. Ergänzen Sie die Konjunktionen.

1. Teure Markenartikel werden nicht gekauft, ... es billige Angebote mit gleicher Qualität gibt.
2. ... die Reformen auch weiter so erfolgreich durchgesetzt werden, kann man noch nicht sagen.
3. Die Koalitionsregierung streitet, ... in der nächsten Zukunft zu machen ist.
4. Die Kaufkraft ist in der letzten Zeit gesunken, ... die wirtschaftliche Lage instabil ist.
5. Viele Wirtschaftler sind der Meinung, ... die Weltwirtschaft zur Zeit in einer Rezession ist.
6. Die Marktforschungen haben gezeigt, ... der Markt sich entwickeln wird.

Aufgabe 3. Übersetzen Sie ins Deutsche.

1. Приблизительно 51,3 % ВВП производят торговля, транспорт и другие услуги.
2. Для удовлетворения потребностей человек должен производить товары.
3. Если спрос превышает предложение, цены растут.
4. Одним из важных факторов роста стабильности народного хозяйства Германии является внешняя торговля.
5. Под товаром мы понимаем все средства, которые служат для удовлетворения потребностей.
6. На рынке встречаются спрос и предложение.

Aufgabe 4. Schreiben Sie einen Geschäftsbrief.

Sie sind: Klaviervertrieb Adams und Hooper, Melbourne, Australien.

Sie schreiben an: Deutsche Botschaft in Canberra, Australien.

Sie wollen: Klaviere aus Deutschland importieren.

Travail de controle II année, semestre 4 Variante 1

Devoir 1. A. Lisez le texte "Paris, capitale de l'automobile".

B. Remplissez les lacunes avec les mots.

grand, ans, découvrir, million, devenu, scène

Paris, capitale de l'automobile

Tous les deux (1)_____, Paris accueille le plus (2)_____ salon de l'automobile du monde. Du 3 au 13 octobre 1996, plus d'un (3)_____ de visiteurs sont venus (4)_____ les voitures présentées par tout ce que la planète compte de constructeurs. Sur le devant de la (5)_____, les français Citroën, Peugeot et Renault.

En France, le "Salon de l'auto" est (6)_____ un rendez-vous traditionnel. Né en 1898, il a fêté son centenaire! Un succès qu'il doit à son ambivalence¹. *Le salon est d'abord une grande fête populaire. Chaque édition accueille en moyen un million de visiteurs. Une affluence qui place cette manifestation au premier rang des salons français tous secteurs confondus, et en fait le numéro un mondial dans l'automobile.*

Le salon, c'est également un événement industriel et commercial de première importance. Tout ce que la planète compte de constructeurs et d'équipementiers automobiles s'y retrouve tous les deux ans. Devant l'internationalisation croissante du salon, les organisateurs ont décidé, en 1988, de le baptiser "Mondial de l'automobile". Pour l'édition 1996, près d'un millier d'exposants en provenance de trente et un pays ont répondu présents.

Le Mondial est de plus en plus apprécié par les constructeurs européens, américains et asiatiques. Nombre d'entre eux choisissent désormais le salon de Paris pour dévoiler leurs nouveaux modèles. Ainsi en octobre 1996, l'Américain Ford y a présenté au public pour la première fois sa petite Ka, l'allemand Audi son A3, le japonais Honda sa Prélude, etc.

Bien sûr, le Mondial de l'automobile reste la vitrine privilégiée des marques françaises. Citroën, Peugeot, Renault "jouent à domicile"! L'occasion de présenter leurs dernières modèles, mais aussi de lever un coin du voile sur leurs axes de recherches pour les années à venir.

¹ ambivalence – двойственность.

C. Traduisez l'extrait du texte en italique.

D. Choisissez la bonne réponse.

1. Le "Salon de l'auto" a:

- a) 80 ans;
- b) plus de 100 ans;
- c) 50 ans.

2. Le "Salon de l'auto" est ambivalent, parce que:

- a) il présente des autos françaises aussi bien que des autos étrangères;
- b) c'est un événement industriel et commercial à la fois;
- c) c'est un grand événement dans la vie économique du pays et une grande fête populaire.

3. Le "Salon" est baptisé "Mondial de l'automobile", car:

- a) beaucoup de pays et non seulement la France prennent part à cette exposition;
- b) ce salon a lieu dans de différents pays du monde;
- c) beaucoup de constructeurs y dévoilent leurs nouveaux modèles.

E. Traduisez en français.

1. Цена товара на рынке не назначается предприятиями, а определяется равновесием между предложением и спросом.

2. Маркетинг заключается в активной и динамической политике, проводимой предприятием, которое стремится к коммерческому успеху своей продукции.

3. Нужно проводить систематический анализ продукции: состава, формы, веса, различных преимуществ.

4. Предприятие производит товары и услуги, которые оно должно обязательно продать, если оно хочет обеспечить свое выживание и развитие.

5. Определение цены воздействует на объём продаж.

6. Реклама – это совокупность средств, применяемых промышленником или коммерсантом, чтобы информировать потребителей о продукции или услуге и побудить потребителей их купить.

7. Различают четыре основных этапа развёртывания рекламной кампании: предварительный анализ, определение рекламной стратегии, построение плана рекламы, контроль за развёртыванием рекламной кампании.

8. Хозяин малого предприятия, как правило, сам осуществляет целый ряд очень разных функций: он покупает и продает, складировать товар, нанимает и вознаграждает свой персонал.

9. Предприятие существует благодаря людям, которые приносят ему капиталы, умения, кредит и, конечно, рабочую силу.

10. Основной функцией предприятия является производство одного или нескольких типов благ или услуг с целью продажи на рынке.

11. Юридическая форма предприятия определяется, главным образом, происхождением капиталов, которые позволили его учредить.

12. Только крупные предприятия, благодаря их имени и репутации, в состоянии привлекать значительные суммы денег.

Devoir 2. *Rédigez une lettre d'affaire à propos de la demande de la documentation pour le modèle de Renault Clio que les représentants de la firme ukrainienne "Orion" ont apprécié au salon "Mondial de l'automobile" à Paris.*

Проведення семестрового контролю

Семестровий контроль у формі **заліку** – підсумкова кількість балів з навчальної дисципліни (*максимум 100 балів*), визначається як сума (*проста*) балів за результатами успішності студента при поточному контролі, включаючи комплексну контрольну роботу.

Приклади залікових завдань наведено далі.

Final Test Paper for the second-year students

Assignment 1. A. Read this extract from an article about providing finance and other assistance to entrepreneurs founding new companies in Silicon Valley.

Funding IT Start-ups

Venture capitalists (VCs) act as headhunters. An entrepreneur who approaches a VC for finance will not typically have management experience. "If you hire a good CEO, the business will take care of itself; but usually an entrepreneur has no network and no idea who to hire", says Mr Tim Draper of Draper Fisher Associates. So the venture capitalist usually takes on the role of recruiter, finding the entrepreneur some experienced executives.

Second, VCs provide advice and support. Accel Partners, for instance, gives office space and time to entrepreneurs so that they can develop their business plans. For inexperienced entrepreneurs, VCs are advisers, too. "We are professional coaches", says Ms Ann Winblad, co-founder of Hummer Winblad.

Third, an active venture capitalist puts the companies in which it invests in touch with professional services firms such as lawyers and accountants specialising in information technology. Start-ups backed by a well-known venture capital firm can often obtain legal and other professional advice at a lower rate, until they have the revenues to cover full fees.

Fourth, the backing of a leading venture capital firm, which has identified technology trends correctly in the past, brings credibility with commentators and the start-up's potential customers. "Far from just providing money, the venture industry brings contacts and confidence," says Mr Neil Weintraut of 21st Century Venture Partners. "We create markets as much as we create companies".

Finally, the most ambitious venture capitalists act as boosters, not just of a few companies, but of the whole category into which an investment falls. They attempt to create excitement around a particular concept, such as the Java computer language, which will make people take it seriously as a business.

B. Use words from the text to complete these statements.

1. One role of a venture capitalist is as a e n , a kind of c , who i high-level people like CEOs to help n p s develop their company.

2. A a is someone who trains people in a particular skill, often in sport.

3. A s p is what someone starting a company prepares in order to show to those who are financing the company.

4. If you help someone financially or psychologically, you give them __ p__ t.

5. In business, your __ t__ k is all the people you know who can give you advice, names of people to contact, etc.

6. Whether an organisation calls its accountant a _a_a_e_en_ accountant, a financial accountant or just an accountant doesn't matter.

C. True or false? Start-up companies

- a) have to find their own firms of accountants and lawyers to help them;
- b) often pay lower fees to accountants and lawyers in the beginning;
- c) benefit from the fact of being backed by well-known venture capitalists.

D. Choose the correct alternatives. Two of the three alternatives are correct in each case. Find the incorrect one.

The best venture capitalists

a

- 1) help just one company at a time;
- 2) help whole areas of activity;
- 3) help whole industries.

b

- 1) get people interested in products;
- 2) have no effect on marketing;
- 3) create excitement about products.

c

- 1) make people take a business seriously;
- 2) give credibility to a business;
- 3) have no effect on how people consider a business.

d

- 1) have played an important part in the development of the Internet;
- 2) have played no part in the development of the Internet;
- 3) have been one of the major factors in the success of the Internet.

e

- 1) make things happen faster than other sources of finance;
- 2) have no effect on how fast things happen;
- 3) speed up the development of new companies.

Assignment 2.

1. Write about the five key functions of venture capitalists in your own words. Pay attention to ways of indicating the different points. However, don't only use *first, second, third, etc.*, but:

One key role is ...

Another function of VCs is ...

Besides that ...

Next ...

In addition ...

Finally ...

2. Write an interview between a financial journalist and a venture capitalist based on the information in the article. (Not less than seven questions and answers).

Prüfungsarbeit für die Studenten des 2. Studienjahres Variante 1

1. A. Ergänzen Sie den Lückentext durch passende Wörter aus dem Wortkasten. Anschließend erfüllen Sie die Aufgaben zum Text.

Das Kommalfon

Kommalfon dient als Kommunikationsmittel zwischen selbständig lebenden älteren Menschen und den auf die entsprechende Hilfe ausgerichteten Einrichtungen. Dafür kommen Altenheime, Sozialstationen, Betreuungsdienste oder Familienpflegeorganisationen (1)_____. Voraussetzung für den Einsatz des Kommalfon-Systems ist, dass es eine Zentrale gibt, die Tag und Nacht funktioniert. Alteneinrichtungen und Pflegeinstitutionen verfügen oft über solche Möglichkeiten. Kommalfon arbeitet mit einem Sender, der normalerweise an einer Schnur um den Hals getragen wird und damit immer in Griffnähe ist. Nach Betätigung der Taste kommt innerhalb einer Minute eine (2)_____ mit der Zentrale zustande.

Hohe Alarmsicherheit.

Aufgrund von Praxiserfahrungen ist der Sender mit einer zweifachen Bedienungsmöglichkeit ausgeführt und arbeitet mit einer sehr hohen Frequenz (465 Mhz). Er lässt sich über eine Drucktaste oder mit dem eingebauten Zugkontakt bedienen. Die zweite Bedienungsmöglichkeit ist für Menschen mit körperlichen Beeinträchtigungen, z.B. Rheumatiker, sowie für die Personen vorgesehen, denen die Betätigung einer Taste Schwierigkeiten bereitet.

Die sehr hohe Sendefrequenz (3)_____ unabhängig von der Tragweise eine hohe Alarmsicherheit.

Einfach einsetzen.

Beim Kommalfon-System gebraucht man einen normalen Telefonanschluss. Die Kommalfon-Wohnungseinheit wird in unmittelbarer Nähe des Telefonapparates aufgestellt. Sie enthält den Empfänger für das drahtlose Alarmsignal sowie eine elektronische Wahlvorrichtung. Diese Vorrichtung stellt die Verbindung mit der Zentrale her. Dank der eingebauten Sprech- und Hörvorrichtungen kann von der ganzen Wohnung aus mit der Zentrale gesprochen werden. Hat jemand die Taste des Senders gedrückt, so (4)_____ die Zentrale innerhalb einer Minute.

Die in der Zentrale befindlichen Geräte.

Bei der Zentraleinheit und dem Drucker handelt es sich um (5)_____ Geräte. Beide finden bequem auf einer Theke Platz. Die Zentraleinheit zeigt sofort an, wer ein Alarm ausgelöst hat. Verwechslungen sind also ausgeschlossen.

Der Bereitschaftsdienst der Zentraleinheit kann über einen speziell dafür vorgesehenen Telefonapparat mit dem Alarmierenden sprechen. Die Meldekarten sind im Einvernehmen mit den Betroffenen ausgefüllt worden, so dass die Zentrale über alle wichtigen Daten wie Namen und Telefonnummern des Arztes, der Verwandten und einzunehmender Arzneien verfügt und ohne Zeitverlust die (6)_____ Maßnahmen treffen kann. Jeder Alarm wird mit Hilfe des Druckers automatisch erfüllt. Im Falle eines Alarms erscheinen alle entsprechenden Daten bezüglich des Alarmierenden auf dem Bildschirm. Die Alarmmeldung wird ausgeführt. Eine statistische Erfassung aller Alarmmeldungen gehört auch zu den Möglichkeiten des Anzeigesystems.

bedienungsfreundliche, meldet sich, Sprechverbindung, erforderlichen, in Betracht, gewährleistet

1. B. Ordnen Sie das Wortmaterial. Womit kann man

a) Bestandteile

b) Funktionsweisen

c) Anwendungsmöglichkeiten des Geräts beschreiben?

a) Bestandteile des Geräts: *Es verfügt über* _____

b) Funktionsweise des Geräts: _____

c) Anwendungsmöglichkeiten: _____

2. Übersetzen Sie das Schreiben ins Deutsche.

Подтверждение заказа.

Уважаемые дамы и господа,

мы получили Ваш заказ и очень Вам за это благодарны. Мы выполним заказ следующим образом.

Срок поставки – в течение 4 недель.

Вид поставки – СІР Харьков.

Цена составляет 50 евро за 1 шт., общая цена – 20 000 евро, включая налог на добавленную стоимость и упаковку.

Мы учтем все Ваши пожелания и технические данные, которые Вы изложили в своем письме-заказе.

Мы были бы рады продолжить наше сотрудничество также в дальнейшем.

С дружеским приветом

Kontravers AG

3. Verfassen Sie eine Produktbeschreibung nach der Situation.

Situation: Sie erwarten einen Vertreter aus Deutschland, für den Sie Firmen- und Produktpräsentation vorbereiten müssen. Verfassen Sie eine Produktbeschreibung (bis 15 Sätze). Als Produkt könnte ein neues Modell/Sorte von Getränk, Milchprodukt, Süßigkeit, Haushaltsgerät, Kosmetik usw. sein.

Travail d'examen

II-e année, semestre 4

Variante 1

Devoir 1. A. Remplissez les lacunes avec les mots.

production, résultat, proportions, combinaison, moyens, ouvriers
--

Rassemblant des moyens techniques de production (bâtiments, machines, outillage), des (1)_____ financiers (capitaux) et des moyens hu-

maines (techniciens, ingénieurs, cadres, employés, (2)_____, elle doit constamment rechercher la (3)_____ la plus efficace de ces facteurs afin d'atteindre le meilleur (4)_____ au moindre coût. Expliquons-nous: les deux facteurs de (5)_____ essentiels, le capital (l'ensemble des ressources matérielles, y compris la terre) et le travail peuvent être employés dans des (6)_____ variables. Il existe, en général, nombreuses combinaisons de facteurs pour obtenir le même produit. *En agriculture, par exemple, on peut cultiver un morceau de terre assez petit avec un volume de travail et de capital très élevé (cela s'appelle culture intensive); au contraire, on peut employer une quantité relativement faible de travail et de capital sur de grandes étendues (dans ce cas on parle de culture extensive). Dans une entreprise industrielle, le chef d'entreprise a le choix d'employer un grand nombre d'ouvriers et peu de machines ou bien, au contraire, il peut employer un grand nombre de machines et ne faire appel qu'à une petite force ouvrière. Toute entreprise de production est donc confrontée au choix de la structure idéale des facteurs, c'est à dire des proportions de travail et de capital efficaces pour obtenir la production optimale au moindre coût, de manière à réaliser le plus grand bénéfice possible.*

Notons que dans tous les cas on parle de production, même s'il s'agit de services. Ainsi, un coiffeur "produit" un service, comme le fait l'épicier du quartier qui met un bien à la disposition du consommateur. Le mot "production" est donc pris dans un sens très large.

B. Traduisez par écrit l'extrait du texte.

C. Répondez aux questions.

1. Quelles combinaisons de facteurs de production existe-t-il en agriculture?
2. Quelle est la différence entre les cultures intensive et extensive?
3. Pourquoi le chef d'une entreprise industrielle doit-il faire le choix entre les nombres d'ouvriers et de machines?
4. A quoi est confrontée toute entreprise?
5. Pourquoi cherche-t-elle toujours la combinaison optimale des deux facteurs de production (travail et capital)?
6. Un coiffeur vous fait une coupe de cheveux. Participe-t-il à un processus de production?

Devoir 2. Mettez les phrases en ordre logique.

L'assurance

Son personnel peut également être victime d'accidents corporels. L'entreprise peut être victime de nombreux accidents; les bâtiments peuvent brûler, la marchandise peut être endommagée par les eaux.

Avant de signer un contrat d'assurance, renseignez-vous pour savoir quels sont vos droits et obligations.

Cela ne doit pas mettre la survie de l'entreprise en péril. Pour se protéger de tels risques, la société doit s'assurer.

Devoir 3. Rédigez une lettre d'affaire: réponse à la lettre de réclamation suivant.

Pâtisserie-Confiserie Joubert
18, bd. de la République
16000 Angoulême

Nos réf. : TJ/VF/37

Vos réf. : –

Objet : réclamation

Angoulême, le 29 mai 2004

Monsieur le Directeur,

Nous avons commandé le 10 mai dernier par l'intermédiaire de votre représentant M. Marelli:

100 boîtes de 250 g de marrons glacés;

50 boîtes de 500 g de chocolat à la crème;

100 boîtes de 500 g de chocolat assortis.

Ces articles, selon les accords avec m. Marelli, devaient nous parvenir avant le 20 mai. Nous sommes déjà le 29 mai et nous n'avons toujours rien reçu.

Vous pouvez imaginer combien un tel retard peu nous être préjudiciable.

Si le 5 juin, dernier délai, nous n'étions pas en possession de la marchandise, nous nous trouverions dans obligation de mettre en cause votre responsabilité et de vous réclamer un dédommagement.

Dans cette attente, recevez, Monsieur, l'expression de nos sentiments distingués.

10. Розподіл балів, які отримують студенти

Система оцінювання рівня сформованості професійних компетентностей студентів денної форми навчання наведена в табл. 10.1.

Таблиця 10.1

Система оцінювання рівня сформованості професійних компетентностей

Професійні компетентності	Навчальний тиждень	Години	Методи та форми навчання		Оцінка рівня сформованості компетентностей		
					Форми контролю	Максимальний бал	
1	2	3	4		5	6	
Змістовий модуль 1						47	
Стили ведення бізнесу. Франчайзинг. Злиття та поглинання							
Говоріння (діалог) — студент уміє спілкуватися в простих типових ситуаціях, що вимагають обміну інформацією в межах знайомих йому тем	1	Ауд.	4	Лекція			
			4	Практичне заняття	Тема 1. Стили ведення бізнесу. Множина іменників іншомовного походження. Вживання прийменників після дієслів	Активна участь у виконанні практичних завдань	3
			5	Підготовка до занять	Виконання лексико-граматичних вправ за темою	Перевірка домашніх завдань	
Говоріння (діалог) — студент уміє спілкуватися в простих типових ситуаціях, що вимагають обміну інформацією в межах знайомих йому тем, може підтримувати коротку розмову на побутові теми	2	Ауд.	4	Лекція			
			4	Практичне заняття	Тема 1. Стили ведення бізнесу. Множина іменників іншомовного походження. Вживання прийменників після дієслів	Активна участь у виконанні практичних завдань	3
			6	Підготовка до занять	Виконання лексико-граматичних вправ за темою	Перевірка домашніх завдань	
Говоріння (діалог) — студент уміє спілкуватися в простих типових ситуаціях, що вимагають обміну інформацією в межах знайомих йому тем, може підтримувати коротку розмову на побутові теми	3	Ауд.	4	Лекція			
			4	Практичне заняття	Тема 1. Стили ведення бізнесу. Множина іменників іншомовного походження. Вживання прийменників після дієслів	Активна участь у виконанні практичних завдань експрес-КР	3
		СРС	5	Підготовка до занять	Робота з текстом. Виконання лексико-граматичних завдань	Перевірка домашніх завдань	4

Продовження табл. 10.1

1	2	3	4	5	6	
Письмо — студент уміє писати прості короткі записки й повідомлення, може написати нескладний лист особистого характеру	4	Ауд.	Лекція			
			Практичне заняття	Тема 2. Франчайзинг. Модальні дієслова з перфектним інфінітивом	Активна участь у виконанні практичних завдань, експрес-КР	3
		СРС	Підготовка до занять	Робота з текстом. Виконання лексико-граматичних завдань	Перевірка домашніх завдань	4
	5	Ауд.	Лекція			
			Практичне заняття	Тема 2. Франчайзинг. Модальні дієслова з перфектним інфінітивом	Активна участь у виконанні практичних завдань, експрес-КР	3
		СРС	Підготовка до занять	Переклад на рідну мову. Виконання лексико-граматичних вправ за темою	Перевірка домашніх завдань	4
Говоріння (монолог) — студент може, використовуючи прості фрази й пропозиції, розповісти про свою сім'ю та інших людей, умови життя, навчання, теперішню або колишню роботу	6	Ауд.	Лекція			
			Практичне заняття	Тема 3. Злиття та поглинання. Дієприкметник та його форми і функції	Активна участь у виконанні практичних завдань, самостійна робота	3
		СРС	Підготовка до занять	Вивчення лексики за темою. Робота з текстом	Перевірка домашніх завдань	4
	7	Ауд.	Лекція			
			Практичне заняття	Тема 3. Злиття та поглинання. Дієприкметник та його форми і функції	Активна участь у виконанні практичних завдань, ПККР	12
		СРС	Підготовка до занять	Повторення. Презентація за темою	Перевірка домашніх завдань	1
Змістовий модуль 2 Фондовий ринок. Маркетинг та реклама					53	
Аудіювання — студент розуміє окремі фрази й найбільш уживані слова у висловлюваннях і оголошеннях	8	Ауд.	Лекція			
			Практичне заняття	Тема 4. Фондовий ринок. Умовні речення: First, Second, and Third Conditional та особливості їх вживання	Активна участь у виконанні практичних завдань, експрес-КР	3
		СРС	Підготовка до занять	Вивчення лексики за темою. Робота з текстом	Перевірка домашніх завдань	
	9	Ауд.	Лекція			
			Практичне заняття	Тема 4. Фондовий ринок. Умовні речення: First, Second, and Third Conditional та особливості їх вживання	Активна участь у виконанні практичних завдань	3
		СРС	Підготовка до занять	Вивчення лексики за темою. Робота з текстом	Перевірка домашніх завдань	4
	10	Ауд.	Лекція			
			Практичне заняття	Тема 4. Фондовий ринок. Умовні речення: First, Second, and Third Conditional та особливості їх вживання	Активна участь у виконанні практичних завдань	3
		СРС	Підготовка до занять	Вивчення лексики за темою. Робота з текстом		4

Закінчення табл. 10.1

1	2	3	4	5	6	
Говоріння (монолог) — студент може, використовуючи прості фрази й пропозиції, розповісти про свою сім'ю та інших людей, умови життя, навчання, теперішню або колишню роботу. Письмо — студент уміє писати прості короткі записки й повідомлення, може написати нескладний лист особистого характеру	11	Ауд.	Лекція			
			Практичне заняття	Тема 4. Фондовий ринок. Умовні речення: First, Second, and Third Conditional та особливості їх вживання	Активна участь у виконанні практичних завдань	3
		СРС	3	Підготовка до занять	Вивчення лексики за темою. Робота з текстом	Перевірка домашніх завдань
	12	Ауд.	Лекція			
			Практичне заняття	Тема 5. Маркетинг та реклама. Порівняння герундія, дісприкметника та інфінітива. Відносні речення. Ідіоми	Активна участь у виконанні практичних завдань	3
		СРС	6	Підготовка до занять	Вивчення лексики за темою. Робота з текстом	Перевірка домашніх завдань
	13	Ауд.	Лекція			
			Практичне заняття	Тема 5. Маркетинг та реклама. Порівняння герундія, дісприкметника та інфінітива. Відносні речення. Ідіоми	Активна участь у виконанні практичних завдань	3
		СРС	4	Підготовка до занять	Вивчення лексики за темою. Робота з текстом	Перевірка домашніх завдань
	Аудіювання — студент розуміє окремі фрази й найбільш уживані слова у висловлюваннях, що стосуються важливих для нього тем (наприклад, основну інформацію про себе та свою сім'ю, про покупки, про місто, у якому мешкає, про роботу); розуміє, про що йде мова в простих повідомленнях	14	Ауд.	Лекція		
				Практичне заняття	Тема 5. Маркетинг та реклама. Порівняння герундія, дісприкметника та інфінітива. Відносні речення. Ідіоми	Активна участь у виконанні практичних завдань
		СРС	4	Підготовка до занять	Вивчення лексики за темою. Робота з текстом	Захист індивідуального завдання
15	Ауд.	Лекція				
		Практичне заняття	Тема 5. Маркетинг та реклама. Порівняння герундія, дісприкметника та інфінітива. Відносні речення. Ідіоми. Підсумкова контрольна робота	Активна участь у виконанні практичних завдань	12	
СРС	4	Підготовка до занять	Вивчення лексики за темою. Робота з текстом	Перевірка домашніх завдань	1	
16	Ауд.	Лекція				
		Практичне заняття	Повторення вивченого матеріалу. Презентація за темою	Активна участь у виконанні практичних завдань, ПККР	3	
СРС	7	Підготовка до занять	Повторення			
Усього годин	150	Загальна максимальна кількість балів із навчальної дисципліни			100	
з них						
<i>аудиторні</i>	64	43 %	<i>поточний контроль</i>		76	
<i>самостійна робота</i>	86	57 %	<i>підсумковий контроль</i>		24	

Розподіл балів у межах тем змістових модулів наведено в табл. 10.2.

Таблиця 10.2

Розподіл балів за темами

Поточне тестування та самостійна робота					Підсумковий тест (екзамен)	Сума
Змістовий модуль 1			Змістовий модуль 2			100
T1	T2	T3	T4	T5		
13	14	20	20	33		

Примітка. T1, T2 ... T12 – теми змістових модулів.

Максимальну кількість балів, яку може накопичити студент протягом тижня за формами та методами навчання, наведено в табл. 10.3.

Таблиця 10.3

Розподіл балів за тижнями

Теми змістового модуля		Лекційні заняття	Практичні заняття	Лабораторні заняття	Семинарські заняття	СРС	Захист індивідуального завдання	Перевірка есе	Презентація	Експрес-опитування	Тестування	Письмова контрольна робота	Захист ІНДЗ	Колоквіум	Усього
Змістовий модуль 1 Стилі ведення бізнесу. Франчайзинг. Злиття та поглинання	Тема 1	1 тиждень	3												
	Тема 1	2 тиждень	3												
	Тема 1	3 тиждень	3			4									
	Тема 2	4 тиждень	3			4									
	Тема 2	5 тиждень	3			4									
	Тема 3	6 тиждень	3			4									
	Тема 3	7 тиждень				1						12			
Змістовий модуль 2 Фондовий ринок. Маркетинг та реклама	Тема 4	8 тиждень	3			4									
	Тема 4	9 тиждень	3			4									
	Тема 4	10 тиждень	3			4									
	Тема 4	11 тиждень	3												
	Тема 5	12 тиждень	3			4									
	Тема 5	13 тиждень	3			4									
	Тема 5	14 тиждень	3												
	Тема 5	15 тиждень				1						12			
Усього			42			30					24				

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни визначається відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця (табл. 10.4).

Оцінки за цією шкалою заносяться до відомостей обліку успішності, індивідуального навчального плану студента та іншої академічної документації.

Таблиця 10.4

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D	задовільно	
60 – 63	E		
35 – 59	FX	незадовільно	не зараховано
1 – 34	F		

11. Рекомендована література

11.1. Основна

Англійська мова

1. Долинина Н. Г. Практические задания и тексты по теме "Введение в специальность" курса "Английский язык" для студентов I курса всех специальностей всех форм обучения / Н. Г. Долинина, З. М. Сучкова. – Харьков : Изд. ХГЭУ, 2000. – 40 с.

2. Долініна Н. Г. Англійська мова: основи ведення бізнесу для студентів економічних спеціальностей, слухачів магістратури та ВШМБ : навчальний посібник / Н. Г. Долініна, І. В. Друзенко, З. М. Сучкова. – Харків : ВД "ІНЖЕК", 2006. – 320 с.

3. Жданова И. Ф. Русско-английский словарь. Банки. Биржи. Бухгалтерский учёт / И. Ф. Жданова, М. В. Скворцова ; под ред. В. В. Зражевского. – Москва : Русский язык, 2002. – 645 с.

4. Жданова И. Ф. Русско-английский экономический словарь / И. Ф. Жданова. – 2-е изд., стереотип. – Москва : Русский язык, 2000. – 880 с.

5. Жданова И. Ф. Англо-русский экономический словарь / И. Ф. Жданова, Э. Л. Вартумян. – Москва : Русский язык, 2002. – 880 с.

6. Игнатенко Л. А. Русско-украинско-английский экономический словарь / Л. А. Игнатенко, Н. Г. Долинина, М. В. Бондаренко. – Харьков : ИД "ИНЖЭК", 2005. – 136 с.

7. Решетняк И. А. Английский язык: основы ведения бизнеса: для студентов, слушателей магистратуры и ВШМБ : учебное пособие / И. А. Решетняк, И. А. Шаповалова. – Харьков : ИД "ИНЖЭК", 2005. – 184 с.

8. Cotton David. Market Leader. Course Book. Intermediate / David Cotton, David Galvey, Simon Kent. – Essex : Longman, 2001. – 176 p.

9. Farrall Cate. Professional English in Use. Marketing / Cate Farall, Marianne Lindsley. – Essex : Cambridge University Press, 2012. – 131 p.

10. Trappe Tonya. Intelligent Business. Course Book / Tonya Trappe, Graham Tullis. – Essex : Longman, 2005. – 176 p.

11. Tullis Graham. New Insights into Business. Student's Book / Graham Tullis, Tanya Trappe. – Essex : Longman, 2000. – 176 p.

Німецька мова

12. Колбина Т. В. Методические рекомендации по развитию речевых навыков по курсу "Немецкий язык". Ч. I / Т. В. Колбина, Л. В. Мельниченко. – Харьков : ХГЭУ, 2003. – 66 с.

13. Колбина Т. В. Методические рекомендации по развитию речевых навыков по курсу "Немецкий язык". Ч. II / Т. В. Колбина, Л. В. Мельниченко. – Харьков : ХГЭУ, 2004. – 60 с.

14. Колбина Т. В. Краткий словарь экономических терминов / Т. В. Колбина, Л. В. Мельниченко. – Харьков : ХНЭУ. – 300 с.

15. Мясникова Г. В. Немецко-русский внешнеторговый и внешнеэкономический словарь / Г. В. Мясникова, Н. Н. Мясников, И. Ф. Жданова. – 2-е изд., стереотип. – Москва : Русский язык, 2001. – 432 с.

16. Постникова Е. М. Бизнес-курс немецкого языка / Е. М. Постникова. – Киев : "А.С.К.", 2005. – 340 с.

17. Салищев В. А. Новый немецко-русский экономический словарь / В. А. Салищев, Х. Дикс. – Москва : РУССО МОСКВА, 1997. – 608 с.

18. Фрайхоф Д. Німецька економічна мова / Д. Фрайхоф, О. В. Бекетова, Н. Изерманн. – Київ : Нова Книга, 2001. – 143 с.
19. Hering A. Geschäftskommunikation / A. Hering, M. Matussek. – München : Hueber, 2000. – 240 p.
20. Conlin C. Unternehmen Deutsch, Klett International / C. Conlin, Stuttgart : Klett, 2000. – 216 p.
21. Miebs Udo. Kontakt Deutsch, Langenscheidt / Udo Miebs, Leena Vehovirta. – München : Langenscheidt, 2001. – 168 p.

Французька мова

22. Алексеева Г. К. Русско-французский словарь международных отношений / Г. К. Алексеева. – Москва : Астрель ; АСТ ; Транзиткнига, 2004. – 713 с.
23. Гавришина К. С. Русско-французский и французско-русский валютно-кредитный и финансовый словарь / К. С. Гавришина, И. Н. Сысоев. – Москва : Русский язык, 1991. – 599 с.
24. Гак В. Г. Новый французско-русский словарь / В. Г. Гак, К. А. Ганшина. – Москва : Русский язык, 2002. – 1196 с.
25. Коцюба К. С. Оригінальні економічні тексти та завдання з курсу "Французька мова" для студентів 1 – 4 курсів всіх спеціальностей усіх форм навчання / К. С. Коцюба, Л. П. Метеліна. – Харків : ХГЕУ, 1999. – 48 с.
26. Щерба Л. В. Большой русско-французский словарь / Л. В. Щерба, М. И. Матусевич. – Москва : Русский язык, 2004. – 561с.
27. Broussard D. Economie / D. Broussard, C. Gentil, L. Montillet. – Paris : Hachette, 1997. – 255 p.
28. Charnet Claire. Rédiger un résumé, un compte rendu, une synthèse / Claire Charnet, Jacqueline Robin-Nipi. – Paris : Hachette, 2003. – 95 p.
29. Danilo M. Le français de la communication professionnelle / M. Danilo, J.-L. Renfornis. – Paris : CLE International, 2001. – 305 p.
30. Grevisse M. Le Bon usage : Grammaire française / M. Grevisse. – Bruxelles ; Gembloux : Editions J. Duculot, S. A., 1969. – 1228 p.
31. Sanchez Macagno Marie-Odile. Faire des affaires en français / Marie-Odile Sanchez Macagno, Lydie Corano. – Paris : Hachette, 2002.

11.2. Додаткова

Англійська мова

32. Давидова Ж. В. Економіка Великобританії. Тексти до аудиторної та самостійної роботи студентів 1 – 3 курсів усіх спеціальностей усіх форм навчання / Ж. В. Давидова, І. Г. Маторіна. – Харків : Вид. ХГЕУ, 2004. – 28 с.

33. Долинина Н. Г. Практические задания по теме "Деловое общение" курса "Английский язык" для студентов II – V курсов специальностей 7.050103, 7.050206 всех форм обучения / Н. Г. Долинина, А. В. Иванига. – Харьков : Изд. ХГЭУ, 2002. – 48 с.

34. Долинина Н. Г. Контрольные задания и методические рекомендации к их выполнению по учебной дисциплине "Деловой английский язык" для студентов специальностей 8.050103 и слушателей магистратуры заочной формы обучения / Н. Г. Долинина, С. Е. Тарасенко. – Харьков : Изд. ХНЭУ, 2006. – 24 с.

35. Долинина Н. Г. Финансово кредитная система. Сборник текстов и упражнений : учебное пособие / Н. Г. Долинина, Н. А. Бутковская, В. Л. Пугачева. – Харьков : ИД "Инжэк", 2003. – 96 с.

36. Зобова З. В. Методические рекомендации к реферированию текстов по экономике курса "Английский язык" для студентов III – IV курсов специальностей 7.050103, 7.050206 дневной формы обучения и аспирантов / З. В. Зобова, З. М. Сучкова. – Харьков : Изд. ХГЭУ, 2004. – 44 с.

37. Игнатенко Л. А. Практические задания по теме "Ведение деловых переговоров" курса "Английский язык" для студентов III – IV курсов всех специальностей, аспирантов и магистров. Часть 2 / Л. А. Игнатенко, С. Е. Тарасенко. – Харьков : Изд. ХГЭУ, 2003. – 24 с.

38. Решетняк И. А. Экономические тесты и упражнения к ним по курсу "Английский язык" для студентов II – V курсов всех специальностей дневной формы обучения. Часть 2 / И. А. Решетняк, И. А. Шаповалова. – Харьков : Изд. ХГЭУ, 2003. – 30 с.

39. Черныш Л. Н. Економічні тексти для аналітичного читання з курсу "Англійська мова" для студентів II курсу спеціальностей 8.050108, 8.050201, 8.000007 усіх форм навчання. Ч. 1 / Л. Н. Черныш. – Харків : ХДЕУ, 2004. – 32 с.

40. Черныш Л. М. Збірник текстів з теми "Менеджмент та маркетинг" курсу "Англійська мова" для студентів II – III курсів усіх спеціальностей всіх форм навчання / Л. М. Черныш, О. В. Полежаєва, О. І. Перелігіна. – Харків : ХДЕУ, 2005. – 16 с.

41. Шинкаренко И. М. Методические рекомендации к практическим заданиям по теме "Основы предпринимательской деятельности" курса "Английский язык" для студентов II – III курсов спец. 7.050103, 7.050206 всех форм обучения / И. М. Шинкаренко, Н. Г. Долинина, З. М. Сучкова. – Харьков : Изд. ХГЭУ, 2004. – 16 с.

Німецька мова

42. Бориско Н. Ф. Бизнес-курс немецкого языка / Н. Ф. Бориско. – Киев : ООО "ИП Логос", 2003. – 352 с.

Французька мова

43. Крючков Г. Г. Прискорений курс французької мови / Г. Г. Крючков, М. П. Мамотенко. – Київ : Видавництво "А.С.К.", 2003. – 352 с.

44. Попова И. Н. Грамматика французского языка / И. Н. Попова, Ж. А. Казакова. – Москва : Lingvo, 1996, с. – 407 с.

45. Штейнберг Н. М. Грамматика французского языка. Ч. I / Н. М. Штейнберг. – Ленинград : Просвещение, 1972. – 342 с.

46. Штейнберг Н. М. Грамматика французского языка. Ч. II / Н. М. Штейнберг. – Ленинград : Просвещение, 1972. – 214 с.

47. Mauger G. Cours de langue et de civilisation françaises / G. Mauger. – Paris : Librairie Hachette, 2000. – 242 с.

12.3. Інформаційні ресурси

48. British Council [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.britishcouncil.org.ua/en/exam/IELTS?gclid=CO7iufCSstlCFaEL0wodWf0HQw>.

49. Cambridge English [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.cambridgeenglish.org/teaching-english>.

50. Free Educational resources [Electronic resource]. – Access mode : <https://freeeducationalresources.com>.

Додатки

Додаток А
Таблиця А.1

Структура складових професійних компетентностей з навчальної дисципліни "Сучасна іноземна мова міжнародного бізнесу" за Національною рамкою кваліфікацій України

50

Складові компетентності, яка формується в рамках теми	Пререквізити	Знання	Вміння	Комунікації	Автономність і відповідальність
1	2	3	4	5	6
Тема 1. Стили ведення бізнесу. Множина іменників іншомовного походження. Вживання прийменників після дієслів					
Лінгвістична та комунікативно-діяльнісна компетентність з теми	Базові знання особливостей ведення бізнесу у різних країнах. Володіння лексико-граматичними основами	Знання лексико-граматичного матеріалу для описання типових портретів менеджерів різних країн, корпоративної культури та етики	Обирати мовні форми й мовленнєві одиниці відповідно до екстралінгвістичних факторів у професійній сфері, конкретних індивідів, особливостей ведення міжнародного бізнесу	Проведення ефективної професійної міжкультурної комунікації з представниками різних країн	Розуміння важливості застосовувати необхідні мовні форми й мовленнєві одиниці при комунікації з представниками інших культур для досягнення ефективної довгострокової взаємодії
Тема 2. Франчайзінг. Модальні дієслова з перфектним інфінітивом					
Лінгвістична та комунікативно-діяльнісна компетентність з теми	Розуміння поняття франчайзінгу та його основ. Володіння лексико-граматичними основами	Знання лексико-граматичного матеріалу з франчайзінгу, прав та обов'язків франчайзора та франчайзі	Укладати франчайзингову угоду іноземною мовою; описувати переваги та недоліки цього виду бізнесу	Проводити перемовини про укладання франчайзингової угоди іноземною мовою	Відповідальність за розуміння прав та обов'язків; відповідальність за коректність укладання франчайзингової угоди іноземною мовою

Закінчення додатка А
Закінчення табл. А.1

1	2	3	4	5	6
Тема 3. Злиття та поглинання. Дісприкметник та його форми і функції					
Лінгвістична та комунікативно-діяльнісна компетентність з теми	Базові професійні знання щодо злиття та поглинання. Володіння лексико-граматичними основами	Знання лексико-граматичного матеріалу з особливостей конкурентного середовища; різних способів об'єднання та поглинання компаній	Уміння пояснити причини успішного і неуспішного об'єднання іноземною мовою	Проведення перемовин щодо об'єднання компаній іноземною мовою	Коректність прийняття рішення щодо об'єднання з іноземною компанією через володіння необхідними мовними засобами
Тема 4. Фондовий ринок. Умовні речення: First, Second, and Third Conditional та особливості їх вживання					
Лінгвістична та комунікативно-діяльнісна компетентність з теми	Знання основ діяльності фондової біржі. Володіння лексико-граматичними основами	Знання лексико-граматичного матеріалу з функціонування фондової біржі	Уміння описати основні тенденції діяльності фондової біржі іноземною мовою	Презентація кількісних та якісних показників діяльності фондового ринку іноземною мовою	Коректне розуміння основних тенденцій розвитку фондового ринку для прогнозування подальших тенденцій розвитку й прийняття рішень
Тема 5. Маркетинг та реклама. Порівняння герундія, дісприкметника та інфінітива. Відносні речення. Ідіоми					
Лінгвістична та комунікативно-діяльнісна компетентність з теми	Володіння основами маркетингу та реклами. Володіння лексико-граматичними основами	Знання лексико-граматичного матеріалу щодо особливостей міжнародного маркетингу та бренд-менеджменту	Уміння розробити маркетингову стратегію та створити рекламу іноземною мовою	Написання рекламного слогана та рекламного листа іноземною мовою	Відповідальність за ефективність та коректність проведення маркетингової компанії іноземною мовою

Зміст

Вступ.....	3
1. Опис навчальної дисципліни	4
2. Мета та завдання навчальної дисципліни	4
3. Програма навчальної дисципліни	8
4. Структура навчальної дисципліни.....	10
5. Теми практичних занять	10
5.1. Приклади типових практичних завдань за темами	12
6. Самостійна робота.....	14
7. Індивідуально-консультативна робота	17
8. Методи навчання	17
9. Методи контролю	20
10. Розподіл балів, які отримують студенти	41
11. Рекомендована література.....	45
11.1. Основна.....	45
11.2. Додаткова.....	48
12.3. Інформаційні ресурси	49
Додатки.....	50

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

ІНОЗЕМНА МОВА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

**Робоча програма
для студентів усіх спеціальностей
першого (бакалаврського) рівня
(укр., рос., англ., нім., фр. мовами)**

Самостійне електронне текстове мережеве видання

Укладачі: **Давидова** Жанна Вадимівна
Решетняк Ірина Олексіївна
Ципіна Діана Савеліївна

Відповідальний за видання *Т. В. Колбіна*

Редактор *З. В. Зобова*

Коректор *З. В. Зобова*

План 2017 р. Поз. № 198 ЕВ. Обсяг 53 с.

Видавець і виготовлювач – ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 61166, м. Харків, просп. Науки, 9-А

*Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру
ДК № 4853 від 20.02.2015 р.*