

6590

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

АНГЛІЙСЬКА МОВА

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
до вивчення дисципліни
та виконання контрольних робіт
для студентів II курсу
спеціальності 6.050100 «Маркетинг»
напряму 0501 «Економіка і підприємництво»
заочної форми навчання**

СХВАЛЕНО
на засіданні кафедри
іноземних мов
Протокол № 10
від 25.01.05 р.

Київ НУХТ 2005



Англійська мова: Метод. вказівки до вивч. дисц. та викон. контрол. робіт для студ. II курсу спец. 6.050100 «Маркетинг» напряму 0501 «Економіка і підприємництво» заоч. форми навчання / Уклад.: Л.Ю. Шапран, Л.І. Куниця, О.В. Никитенко. — К.: НУХТ, 2005. — 100 с.

Укладачі: **Л.Ю. Шапран**
Л.І. Куниця
О.В. Никитенко

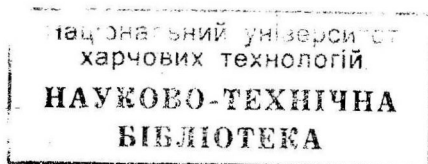
Відповідальний за випуск **А.Л. Верба**

Навчальне видання

АНГЛІЙСЬКА МОВА

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
до вивчення дисципліни
та виконання контрольних робіт
для студентів II курсу
спеціальності 6.050100 «Маркетинг»
напряму 0501 «Економіка і підприємництво»
заочної форми навчання

Укладачі: **Шапран Людмила Юліївна**
Куниця Людмила Іванівна
Никитенко Ольга Василівна



Предмет, мета і завдання

Розвиток та поліпшення заочної освіти має важливе значення в сучасних умовах для забезпечення держави висококваліфікованими спеціалістами.

Поглиблення та поширення міжнародного співробітництва в різних галузях вимагає від сучасного випускника вищої школи практичного володіння іноземною мовою, що дозволяє своєчасно ознайомитись з новими технологіями та відкриттями в науці і техніці, сприяє встановленню контактів із зарубіжними фірмами та підприємствами.

Мета та завдання навчальної дисципліни полягають у практичному оволодінні різними видами мовної діяльності, умінням вільно читати й розуміти суспільно-політичну та економічну літературу; користуватися усним монологічним та діалогічним мовленням у межах побутової, суспільно-політичної та загальноекономічної тематики; перекладати з іноземної мови рідною мовою тексти загальноекономічного характеру; реферувати суспільно-політичну та економічну літературу рідною та іноземною мовами.

Ця практична мета поєднується з виховною і загальноосвітньою. Навчальний матеріал, трактування його змісту і тематика сприяють вихованню студентів і розширенню їхнього світогляду.

Предмет навчальної дисципліни – базові знання з іноземної мови, включаючи курси лексики, граматики, знання загально-економічної та фахової іноземної мови.

Зміст дисципліни

Зміст дисципліни розкривається в розділах програми:

1. Фонетичні норми іноземної мови.
2. Нормативна граматика іноземної мови.
3. Аудіювання та мовлення.
4. Читання.
5. Лексичний мінімум: 2000 лексичних одиниць.
- Категорії буття.
- Географічні, демографічні, економічні та політичні дані конкретної країни світу, мова якої вивчається, та України.
- Регіональні та соціальні відмінності між Україною і країною, мова якої вивчається.
- Лексика професійного спілкування.
- Лексика ділових контактів, ділових зустрічей, нарад.
6. Мовленнєвий етикет спілкування.
- Мовні моделі звертання, ввічливості, привітання, вступ до розмови, вибачення, погодження тощо.
7. Елементи усного та письмового перекладу інформації іноземною мовою.
8. Професійно орієнтовані джерела.
9. Електронні іншомовні джерела.

Після закінчення курсу іноземної мови студенти повинні вміти:

- читати (і розуміти), анотувати та реферувати рідною й іноземною мовами суспільно-політичну, загально-економічну і фахову літературу;
- вміти перекладати іншомовний текст рідною мовою, користуючись словником;
- робити усні повідомлення і вести бесіди на побутові, фахові, суспільно-політичні теми, що передбачені програмою.

Структура дисципліни

Нормативні дані	Курс	Семестр	Кількість годин								Залік (семестр)	Іспит (семестр)
			Всього	Аудиторних занять			Самостійної роботи					
							Індивід. завдань (кільк. завдань і загальна кільк. годин)		Підготовка до ауд. занять			
				Лекцій	Практичних (семінарських)	Лабораторних	Рефератів і розрахунково-курсових проєктів (робіт)	Контрольних робіт				
Форма навчання												
Денна												
Заочна	1, 2	1, 2, 3, 4	324		16				2/20 2/20	200 200	1, 2, 3, 4	
Друга вища освіта												

Обсяг аудиторних занять та самостійної роботи

Особливість вивчення іноземної мови при заочній формі навчання полягає в тому, що більша частина мовного матеріалу опрацьовується самостійно. Для спеціальності **6.050100 "Маркетинг"** заочної форми

навчання в 1, 2, 3, 4 семестрах відводиться по 4 години на практичні заняття та по 77 годин на самостійну роботу студентів.

Зміст занять з дисципліни

Навчальний матеріал, який вивчається як на практичних заняттях так і під час самостійної роботи студентів, розподілений на чотири семестри.

№ пор.	Тема та зміст лекції	Кільк.г один	Література
1.	1 семестр <u>Лексичний матеріал</u> 1. My Biography 2. Our University 3. My Native City. Kyiv 4. Ukraine Читання текстів загальноекономічного характеру зі словником. <u>Граматичний матеріал</u> 1. часи групи Simple. Активний стан. 2. Особові та присвійні займенники. 3. Типи запитань. 4. Модальні дієслова <i>must, can, may, should, have to</i> .	4	В.К. Шпак, В.Я. Полуях та інш. Англійська мова: навч. посібник. – К.: Вища школа. параграф 1-5. Методичні вказівки до розмовних тем з англійської мови для студентів I-II курсів усіх спеціальностей денної та заочної форми навчання. упор: О.П. Авраменко, Р. О., Бузницька та ін. – К: УДУХТ, 1997, № 5127 И.М. Берман. Грамматика английского языка: Учебное пособие, – К.: Вища школа, 1977
2.	2 семестр <u>Лексичний матеріал</u> 1. Why I Study English 2. Higher Education 3. Great Britain		В.К. Шпак, В.Я. Полуях та інш. Англійська мова: навч. посібник. – К.: Вища школа., 1995 параграф 6-10.

	4. The USA Читання текстів загальноекономічного характеру зі словником. <u>Граматичний матеріал</u> 1. Часи групи Continuous. 2. Інфінітив, герундій, дієприкметник. 3. Неозначені та заперечні займенники.	4	Методичні вказівки до розмовних тем з англійської мови для студентів I-II курсів усіх спеціальностей денної та заочної форми навчання. упор: О.П. Авраменко, Р. О., Бузницька та ін. – К: УДУХТ, 1997, № 5127 И.М. Берман. Грамматика английского языка: Учебное пособие, - К.: Вища школа, 1977
3.	3 семестр <u>Лексичний матеріал</u> 1. Food Industry 2. Ecology 3. Holidays and Traditions of Ukraine, Great Britain and the USA Читання текстів за фахом зі словником. <u>Граматичний матеріал</u> 1. Часи групи Perfect. 2. Пасивний стан. 3. Ступені порівняння прикметників та прислівників.	4	Карпусь И.А. Английский деловой язык: Учебное пособие. – К.: МАУП, 1995 параграф 1-4. Дудкина Г. А., Павлова М. В., Учебник английского языка для делового общения, т.5,- М: Аверс, 1994. Методичні вказівки до розмовних тем з англійської мови для студентів I-II курсів усіх спеціальностей денної та заочної форми навчання. упор: О.П. Авраменко, Р. О., Бузницька та ін. – К: УДУХТ, 1997, № 5127 И.М. Берман. Грамматика английского языка: Учебное пособие, - К.: Вища школа, 1977
4.	4 семестр <u>Лексичний матеріал</u>		Карпусь И.А. Английский

	1. My Future Speciality 2. Presenting a Company 3. Development of Science and Technology Читання текстів за фахом зі словником. <u>Граматичний матеріал</u> 1. Умовні речення. 2. Непряма мова.	4	деловой язык: Учебное пособие. – К.: МАУП, 1995 параграф 5-8. Дудкина Г. А., Павлова М. В., Учебник английского языка для делового общения, т.6, – М: Аверс, 1994. Методичні вказівки до розмовних тем з англійської мови для студентів I-II курсів усіх спеціальностей денної та заочної форми навчання. упор: О.П. Авраменко, Р. О., Бузницька та ін. – К: УДУХТ, 1997, № 5127 И.М. Берман. Грамматика английского языка: Учебное пособие, – К.: Вища школа, 1977
--	--	---	--

Поточний контроль

Контроль знань студентів здійснюється за результатами контрольної роботи та усної відповіді студента, згідно заданої тематики. В кінці кожного семестру проводиться залік, мета якого перевірити готовність студентів до користування іноземною мовою в професійній діяльності.

Контрольні роботи

Протягом курсу навчання іноземної мови студенти повинні виконати 4 контрольні роботи (по 1 контрольній роботі за семестр).

Для виконання контрольних робіт треба розібрати та вивчити необхідний граматичний матеріал, який заплановано опанувати у відповідному семестрі. Граматичні теми вказані в кожному завданні

контрольної роботи. Крім того, цей матеріал також пояснюється викладачем під час установчих занять. Виконані контрольні роботи відсилаються на адресу університету чи приносяться студентами особисто в ауд. В-210, де вони реєструються і даються викладачу на перевірку.

Кожне контрольне завдання подане у 10 варіантах. Студенти, чий номер студентського квитка закінчується цифрою:

- 1 виконують варіант №1
- 2 виконують варіант №2
- 3 виконують варіант №3
- 4 виконують варіант №4
- 5 виконують варіант №5
- 6 виконують варіант №6
- 7 виконують варіант №7
- 8 виконують варіант №8
- 9 виконують варіант №9
- 0 виконують варіант №10

На установчих заняттях викладач пояснює порядок виконання контрольних робіт і відповідний граматичний матеріал. Вдома студент доопрацьовує граматичний матеріал самостійно, використовувачи рекомендовану літературу.

Рекомендована література

1. В.К. Шпак, В.Я. Полуях та інш. Англійська мова: навч. посібник. – К.: Вища школа.

2. Карпусь И.А. Английский деловой язык: Учебное пособие. – К.: МАУП, 1995
3. Дудкина Г. А., Павлова М. В., Учебник английского языка для делового общения, т.5, 6,- М: Аверс, 1994.
4. Методичні вказівки до розмовних тем з англійської мови для студентів I-II курсів усіх спеціальностей денної та заочної форми навчання. упор: О.П. Авраменко, Р. О., Бузницька та ін. – К: УДУХТ, 1997, № 5127
5. И.М. Берман. Грамматика английского языка: Учебное пособие, - К.: Вища школа, 1977

Контрольна робота № 3

Варіант 1

- 1. Прочитайте поданий нижче текст. Дайте письмовий переклад 1, 2 та 3 абзаців.**

Branding

(1) Through the elements of the marketing mix, the business sets out to build and maintain its competitive position. In most cases, the most effective way to protect this position is through successfully branding its products. The distinction between a product and a brand is important as it explains much of what marketing tries to do, and much of the use of advertisements.

(2) A product, in these terms, is quite simply something which is offered to potential buyers and which, while it may be very good of its kind, is not systematically presented in a way which differentiates it from its competitors. A brand, on the other hand, is a product whose producer has set out deliberately and consistently to use every element in its presentation to make it uniquely desirable to its potential buyers. If this is done successfully, it makes the brand extremely difficult to compete with not necessarily because it is physically that much better than its competitors, but because it has acquired an aura (a 'brand image') which makes it appear that much better.

(3) A brand is created by all the elements in the marketing mix working together, consistently, to create a clear prejudice in its favour among its customers. In other words, a brand has a place in people's minds, as a brand, whereas a mere product is simply a way of fulfilling a physical need. In a competitive economy, there is a clear theoretical advantage in being a brand.

(4) All the parts of the marketing mix, as a consistent group, contribute their share to the product, so as to help build up a favourable prejudice among its

actual and potential customers. How does advertising fit in with all this? Obviously, it can be one of the elements which contribute to the character and reputation of the brand. It can, clearly, be a very important part of getting to the customer, in order to create that favourable prejudice. Ultimately though, its role is, very simply, to sell: if it fails to do that, in one way or another, there is little point in it.

2. Запишіть 10 питань до тексту, використовуючи всі типи (загальні, спеціальні, спеціальні до підмета, альтернативні та розділові питання).

3. Заповніть пропуски в реченнях словами з тексту, поставивши їх у відповідну форму.

- a. Product pricing is a part of activities which are usually called, in marketing jargon, the _____. (§1)
- b. _____ is a good, service, or idea available for sale. (§1)
- c. Information used to sell a product or service usually takes the form of an _____. (§1)
- d. Our main _____ is ICC because they operate in the same area of the market. (§2)
- e. Last week I attended the _____ of ICC and its new products. (§2)
- f. Our main _____ are computer manufacturers. (§3)
- g. LVMH has a 20% _____ in Guinness. (§4)
- h. _____ sampling is a procedure in which each unit of a population has an equal chance of being chosen. (§4)

4. Запишіть наступні речення, заповнюючи пропуски словами *for* чи *since*. Перекладіть речення українською мовою.

- 1. We have had a phone line for investors _____ three months.
- 2. He has been in the States _____ the 18th.

3. I haven't seen Mr. Kovatch _____ September.
4. I haven't had a pay rise _____ two years.
5. We haven't looked at their proposal _____ July.

5. Запишіть наступні речення, відкривши дужки і поставивши дієслово у потрібній формі (група часів *Perfect Simple* та *Perfect Continuous*). Перекладіть речення українською мовою.

1. The lawyers (*draw*) up the contracts, so we are now ready to go ahead with the deal.
2. Ken (*be*) in London since 9 o'clock this morning.
3. I couldn't get into the office yesterday morning because I (*leave*) my keys at home.
4. How long (*you/send*) your trainees on management courses?
5. Do you know where that order form is? Peter (*look*) for it since morning.

6. Запишіть наступні речення, розкривши дужки і поставивши дієслова в *Present Perfect Simple* or *Past Simple*. Там де можливо, використовуйте *Present Perfect Continuous*. Перекладіть речення українською мовою.

1. How long you (*live*) here? – I (*live*) here since 1970.
2. He (*live*) in London for two years and then (*go*) to Edinburgh.
3. You (*wear*) your hair long when you were at school?—Yes, my mother (*insist*) on it.
4. Chopin (*compose*) some of his music in Majorca.
5. When he (*arrive*)? – He (*arrive*) at 2.00.

7. Запишіть наступні речення. Поставте речення у пасивний стан, виключивши суб'єкт дії. Перекладіть змінені речення українською мовою.

Model: The economists studied the economic system of the country.

The economic system of the country was studied.

1. You should open the wine about three hours before using it.
2. Previous climbers had cut steps in the ice.
3. The garage won't sell him this car.
4. We use this room only on special occasions.
5. You must not hammer nails into the walls without permission.

8. Запишіть наступні речення. Підкресліть в них дієслово-присудок, визначте його час та стан. Речення перекладіть українською мовою.

1. When my application form arrived, they had appointed someone.
2. We have spent a lot on modernizing the factory, and it is now very well equipped.
3. I have been with this company for six years.
4. They have been producing cars here for 10 years.
5. I didn't realize you had moved to London.

9. Запишіть наступні речення, поставивши слова в дужках у відповідний ступінь порівняння. Речення перекладіть українською мовою.

1. I'm (*busy*) than my little sister.
2. London is (*old*) than New York.
3. It's the (*sharp*) pencil I have.
4. What is (*short*) way to the station?
5. This exercise is (*difficult*) than that one.

10. Запишіть наступні речення. Перекладіть їх англійською мовою.

1. Листи туди можна посилати тільки влітку, а телеграми – цілий рік.
2. Містера Брауна щороку посилають перевірити роботу філії у Франції.
3. Декан щойно вийшла.
4. Мій тато працює в цьому банку з 1996 року.

5. Містер Грін – найдосвідченіший робітник нашого відділу.

Контрольна робота № 3

Варіант 2

1. Прочитайте поданий нижче текст. Дайте письмовий переклад 1, 2, 3 та 4 абзаців.

Branding

(1) In a market containing several similar competing products, producers can augment their basic product with additional services and benefits such as customer advice, delivery, credit facilities, a warranty or guarantee, maintenance, after-sales service, and so on, in order to distinguish it from competitors' offers.

(2) Most producers also differentiate their products by branding them. Some manufacturers, such as Yamaha, Microsoft, and Colgate, use their name (the "family name") for all their products. Others market various products under individual brand names, so that many customers are unaware of the name of the manufacturing company. for instance, Unilever and Proctor & Gamble, the major producers of soap powders, famously have a multi-brand strategy which allows them to compete in various market segments, and to fill shelf space in shops, thus leaving less room for competitors. That also gives them a greater chance of getting some of the custom of brand-switchers.

(3) In addition to famous manufacturers' brands, there are also wholesalers' and retailers' brands. For example, most large supermarket chains now offer their "own-label" brands, many of which are made by one of the better-known manufacturers.

3. I'm sure she wouldn't have married him if she (*know*) him better.
4. If the fire brigade had arrived earlier the damage (*not/be*) so extensive.
5. If you (*take*) my advice you wouldn't have got into such difficulties.

11. Запишіть наступні речення. Перекладіть їх англійською мовою.

1. Якщо він все це з'їсть, він захворіє.
2. Якщо я знайду твій паспорт, я тобі зателефоную.
3. Якщо він буде читати при поганому світлі, він пошкодить свій зір.
4. Вона сказала, що вони зранку грають у футбол.
5. Управляючий запитав, чи я відправив його листа.

Сканування і комп'ютерна верстка Є.В. Колесниченко

Підп. до друку 01.06.05р. Обл.-вид. арк. 4,61. Наклад 100 пр.
Вид. № 39/05. Зам. № 87-05

РВЦ НУХТ. 01033 Київ-33, вул. Володимирська, 68
www.book.nuft.edu.ua

Свідоцтво про реєстрацію серія ДК № 1786 від 18.05.04 р.