

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Г.А. ЧЕРЕДНІЧЕНКО, Л.Ю. ШАПРАН, Л.І. КУНИЦЯ

АНГЛІЙСЬКА МОВА

Навчально-методичний посібник

Київ НУХТ 2012

УДК 811.111

Рецензент **О.В. Климова**, к.філ.н., доцент

Г.А. Чередніченко, Л.Ю. Шапран, Л.І. Куниця. Англійська мова: Навч.-метод. посіб.– К.: НУХТ, 2012.–3 73 с.

Навчально-методичний посібник складається з трьох розділів, перший з яких включає програму екзамену з дисципліни «Іноземна мова (за професійним спрямуванням)», метою та порядком проведення екзамену, структурою екзаменаційного білету, критеріями оцінювання усних та письмових відповідей на екзамені. Також у даному розділі подано список рекомендованої літератури та зразок виконання екзаменаційного білету.

Розділ 2 включає тексти для читання.

Розділ 3 включає лексико-граматичні тести з ключами для самоперевірки рівня знань словникового запасу та граматичних структур, які є предметом перевірки на екзамені.

У додатках наведено ключі до тестів та вправ для викладачів та студентів.

Для абітурієнтів, які складатимуть вступний екзамен з англійської мови для навчання за ОППП «магістр» за галузями знань 0305 Економіка та підприємництво, 0306 Менеджмент і адміністрування та напрямами підготовки 6.050101 Комп'ютерні науки, 6.050202 Автоматизація та комп'ютерно-інтегровані технології.

Г.А. Чередніченко, кандидат педагогічних наук, доцент

Л.Ю. Шапран, доцент

Л.І. Куниця, доцент

Видання подано в авторській редакції

© Г.А.Чередніченко, Л.Ю. Шапран,

Л.І. Куниця, 2012

© HYXT, 2012

ЗМІСТ

Передмова.....			
....4			
Розділ	1.	Програма	вступного
екзамену.....			
			5
Розділ 2. Тренувальні тексти для			
читання.....			27
Розділ 3. Тестові лексико-граматичні			
вправи.....			58
Додатки.....			3
71			

ПЕРЕДМОВА

Даний навчально-методичний посібник розрахований на абітурієнтів, які складатимуть вступний екзамен з англійської мови для навчання за ОППП «магістр» за галузями знань 0305 Економіка та підприємництво, 0306 Менеджмент і адміністрування та напрямками підготовки 6.050101 Комп'ютерні науки, 6.050202 Автоматизація та комп'ютерно-інтегровані технології.

Мета даного навчально-методичного посібника — ознайомити студентів з програмою екзамену з дисципліни «Іноземна мова (за професійним спрямуванням)», метою та порядком проведення екзамену, структурою екзаменаційного білету, критеріями оцінювання усних та письмових відповідей на екзамені (Розділ 1). Також у даному розділі подано список рекомендованої літератури та зразок виконання екзаменаційного білету.

Розділ 2 включає тексти для читання

Розділ 3 включає лексико-граматичні тести з ключами для самоперевірки рівня знань словникового запасу та граматичних структур, які є предметом перевірки на екзамені.

Науково-методичний посібник створений для підвищення якості підготовки абітурієнтів до складання вступного екзамену з англійської мови.

РОЗДІЛ 1

ПРОГРАМА

вступного екзамену з іноземної мови для зарахування на навчання за ОКР «магістр» за спеціальностями напрямів підготовки 6.030504 Економіка підприємства, 6.030601 Менеджмент, 6.030508 Фінанси і кредит, 6.030510 Товарознавство і торговельне підприємництво, 6.030509 Облік і аудит, 6.030507 Маркетинг, 6.030505 Управління персоналом та економіка праці

ВСТУП

Євроінтеграційні процеси в Україні та Болонський процес передбачають створення єдиної єврозони вищої освіти задля забезпечення конкурентоспроможності українських фахівців у світі. Це вимагає від майбутніх магістрів певного рівня володіння іноземною мовою, яка повинна стати важливим елементом їх професійної підготовки.

Згідно з положенням про магістратуру, затвердженим Міністерством освіти і науки України, прийом до магістратури відбувається на конкурсній основі. До складу вступних екзаменів до магістратури внесено екзамен з іноземної мови, який відбувається за поданням рекомендацій випускових кафедр та заяв студентів, які отримали ступінь бакалавра і мають намір продовжувати свою освіту у магістратурі.

Вимоги до вступного екзамену з іноземної мови для зарахування на навчання за ОКР «магістр» базуються на вимогах рівня володіння іноземною мовою B₂, який є стандартом для ступеня бакалавра і який є загальним для студентів різних спеціальностей. Ці вимоги передбачають вміння, які проявляються в різних типах мовленнєвої поведінки і відповідають рівню B₂.

Мета проведення вступного екзамену з іноземної мови на освітньо-кваліфікаційний рівень “Магістр” за спеціальностями напрямів підготовки 6.030504 Економіка підприємства, 6.030601 Менеджмент, 6.030508 Фінанси і кредит, 6.030510 Товарознавство і торговельне підприємництво, 6.030509 Облік і аудит, 6.030507 Маркетинг, 6.030505 Управління персоналом та економіка праці – оцінити ступінь підготовленості вступників з іноземної мови з метою конкурсного відбору для навчання у Національному університеті харчових технологій.

Характеристика змісту програми

Програма вступного екзамену з іноземної мови для навчання за ОКР «магістр» базується на:

- дескрипторах рівнів володіння мовою, запропонованих Загальноєвропейськими Рекомендаціями з мовної освіти у сфері викладання, вивчення та оцінювання мов (2001р.)

- вимогах освітньо-кваліфікаційних характеристик (ОКХ) випускників, затверджених Міністерством освіти і науки України
- результатах допроектного дослідження викладання іноземної мови у вищих навчальних закладах України (2004р.)

Вимоги до здібностей і підготовленості вступників

Для успішного засвоєння освітньо-професійної програми вступники повинні мати вищу освіту за однойменною спеціальністю на рівні “Бакалавр” та здібності до оволодіння знаннями, уміннями і навичками в галузі природно-наукових, загальноекономічних та конкретно-економічних наук. Обов’язковою умовою є вільне володіння державною мовою.

ВИМОГИ ДО ПРОФЕСІЙНОЇ ІНШОМОВНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ ВСТУПНИКІВ

Мовленнєві компетенції

Читання

Вступник повинен розуміти автентичні тексти різних жанрів і стилів обсягом до 2500 друкованих знаків, побудовані на матеріалах загальноекономічної та професійної тематики, розуміти складні тексти, уривки зі спеціальної літератури; розуміти структуру тексту, розпізнавати зв’язки між частинами тексту, переглядати текст чи серію текстів з метою пошуку необхідної інформації, вміти узагальнювати зміст прочитаного, виокремлювати ключові слова та визначати значення незнайомих слів за контекстом. Текст може містити до 5% незнайомих слів, про значення яких можна здогадатися, та 2% незнайомих слів, які не перешкоджають розумінню тексту загалом. Розуміння прочитаного перевіряється шляхом виконання різноманітних письмових завдань до тексту.

Письмо

Вступник повинен мати знання та навички з орфографії іноземних мов, уміти правильно і відповідно до ситуації використовувати певні лексичні одиниці (частини мови), включаючи термінологічну лексику, відповідні граматичні форми (часові форми дієслова, модальні, допоміжні дієслова, та дієслова-зв’язки, іменники, прикметники тощо). Вступник повинен вміти письмово відповісти на задані питання на базі вивченого лексико-граматичного матеріалу, користуючись мовними засобами, поєднувати висловлювання у чіткий, логічно об’єднаний дискурс.

Лінгвістичні компетенції

Лексична компетенція

Мета - перевірка сформованості лексичної компетенції вступників, тобто засвоєння програмного лексичного матеріалу, сформованість у вступників лексичних навичок, а саме навичок інтуїтивно-правильного утворення, вживання і розуміння іноземної лексики на основі мовленнєвих лексичних зв'язків між словами іноземної мови. У вступників мають бути сформовані наступні види навичок.

1. Навички правильного вживання лексичних одиниць активного мінімуму в говорінні та письмі згідно із ситуаціями спілкування та цілями комунікації, що передбачає оволодіння такими операціями:
 - а) виклик лексичних одиниць з довготривалої пам'яті;
 - б) зовнішньо мовленнєве відтворення лексичних одиниць у потоці мовлення;
 - в) миттєве сполучення даної одиниці з іншими словами, що створюють синтагму і фразу за правилами лексичної сполучуваності.
2. Навички розпізнавання і розуміння лексичних одиниць активного і пасивного мінімумів при читанні та виконанні завдань.
3. Навички обґрунтованої здогадки про значення лексичних одиниць, що відносяться до потенційного словника при читанні та виконанні лексико-граматичних завдань.
4. Навички користування різними видами словників.

Програмний лексичний матеріал, необхідний для забезпечення англomовного спілкування вступників у різних галузях фахової усної та писемної комунікації, представлено в навчальному лексичному мінімумі курсу «Іноземна мова (за професійним спрямуванням)».

Граматична компетенція

Граматична компетенція як знання та вміння користуватися граматичними ресурсами мови розглядається як цілісний механізм виконання комунікативних завдань в рамках даної ситуації. Мовні функції, необхідні для виконання комунікативних завдань, визначаються контекстом, пов'язаним із навчанням і спеціалізацією. Хоча викладання / вивчення англійської мови професійного спрямування зосереджено скоріше на значенні, ніж на формі, воно все ж таки не виключає навчання граматичних явищ тоді, коли вони з'являються у навчальному контексті. Отже, основні граматичні структури є необхідними для гнучкого вираження відповідних функцій та понять, а також для розуміння і продукування широкого кола текстів в академічній та професійній сферах.

Граматичний матеріал перевіряється в тісному зв'язку з лексичним. Основна увага приділяється володінню студентами граматичною компетенцією, а також стилістичному і прагматичному використанню граматичних структур в реальній мовній комунікації.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ЕКЗАМЕНУ

Читання

Вступник повинен продемонструвати знання в межах наступної тематики:

1. Economy of Ukraine.
2. Economy of Great Britain.
3. Economy of United States of America.
4. Food Industry.
5. Computers and Internet.
6. Ecological problems of Ukraine.
7. Types of Business Organisations.
8. Functional Areas of Business Organisations.
9. Presenting a Company. Modern Office.
10. My Future Speciality.
11. Money and its Functions.
12. Competition.
13. Globalization.
14. International Business.
15. Pay, motivation.
16. Manager's Role.
17. Golden Rules of Leadership. Business Ethics.
18. Marketing.
19. Teleworking.
20. Presentations.
21. Meetings.
22. Negotiations.
23. Economic Activity. The Science of Economics.
24. Different Economic Systems.
25. Mixed Economies.
26. Utility and Prices.
27. Supply and Demand.
28. The Open Market.
29. Labour and Capital.
30. Money and Banking.

Письмо

1. Who are teleworkers and how do they work?
2. What are the advantages of teleworking from the point of view of employees? (Name at least 5 of them)
3. What are the disadvantages of teleworking from the point of view of employees? (Name at least 5 of them)
4. What are the disadvantages of teleworking from the point of view of employers? (Name 5 at least of them)
5. Would you like to be a teleworker? Why? (Give at least 5 reasons).

6. What is marketing? What is the role and functions of marketing nowadays?
7. What is consumer marketing based on? What are the fundamental principles of a marketer?
8. What does marketing management include? What is the marketing department responsible for?
9. What are 4p's? Describe 2 of them: place and promotion.
10. What are 4p's? Describe one of them: product.
11. What person can be called a manager?
12. What are the 5 basic functions of managers?
13. What abilities and qualities should a good manager possess?
14. There are 12 golden rules of leadership. name and describe 6 of them, which you consider to be the most important.
15. What is the science of economics? What is it concerned with?
16. What two fields can standard economics be divided into? What is microeconomics?
17. What two fields can standard economics be divided in? What is macroeconomics?
18. Why do most people work? What do they produce? Give examples.
19. What is an economic system?
20. What two things can work provide for the worker? What is the difference between "essential commodities" and "non – essential commodities"? Give examples of both.
21. What two things do economists study and why do they study them?
22. What is the American economic system based on? In what way is it different from the economic system of Cuba?
23. How can you characterize the economic system of the USA and Britain? (consider the basis of the system, role of property, and freedom of choice)
24. Why are there no completely communistic or capitalistic systems? What are the systems as the USA and India ones called?
25. What is the British economy? Give its brief characteristics.
26. What is the NEDC and what are its main functions?
27. What is utility? In what way is it different from 'usefulness'?
28. What does the utility vary from? Name the factors.
29. What do you know about the price changes of the majority of goods and services in most economic systems?
30. What is the Law of Diminishing Marginal Utility? Give some explanations to this definition.
31. What are perishable and non-perishable goods on the market?
32. What happens when the Law of Supply operates and what difficulties arise for many producers?
33. How can you explain such term as 'elastic' supply and what commodity belongs to this category?
34. Can you give the characteristics to the definitions of 'demand' and 'scale of preferences'?
35. What is elasticity and inelasticity of demand?

36. What are the basic necessities? Why may we still want other things – non – essentials – when we have satisfied our basic needs? Give examples of non – essential things.
37. What is money and how can money standard be described?
38. What is a fixed payment? Give examples.
39. What is labour and what is “the national labour force”?
40. What is capital? Is there a risk in providing capital and starting a business?
41. How is a businessman paid in private business? What does the employer receive instead of wages if he employs an assistant?
42. What is a market? Where does the term ‘market’ come from?
43. What is the perfect market? What is the price on the perfect market?
44. What is a monopoly? What kinds of monopolies are there?
45. What do state planning and central control of the economy mean?
46. What does ‘cornering the market’ mean? What do many countries undertake to prevent it?
47. How do you understand money in the narrow and wider sense of the word?
48. What is the so-called ‘golden standard’?
49. What are paper notes, ‘legal tender’ and ‘instruments of credit’?
50. What is ‘purchasing power’? Why is it dependent on supply and demand?
51. What are the main functions of a bank and what are two different forms of an account in a bank?
52. How does the bank make its main profit?
53. What is inflation?
54. What are the basic skills you need to make a successful business call?
55. What are the common causes of problems that occur on the telephone and how to deal with them?
56. What is the basic telephone etiquette?
57. What is a telephone conference? What are its advantages and disadvantages?
58. What is the function of the voicemail system / answering machine? What are the main rules on leaving a message?
59. What is a presentation? Why are presentation skills important to business people?
60. What are the main types of presentations? Which of them do you see at the university (give their short characteristics)? Which of them have you already used?
61. Why preparation for a presentation is a key to success? What are the basics of a good preparation? What is the role of audience in preparing a presentation?
62. What is the structure of the presentation?
63. What is the role of visuals during a presentation? What are the basic pieces of equipment used for presentations? (Name them).
64. What is a meeting? What are the main kinds of meetings? (consider the number of people, people present, level of formality, time, etc) What are the kinds of meetings when people do not meet in person?
65. What is the role of meetings for management and communication? Why are they often better than e-mails, memos and telephone conferences?

66. What are the main types of meetings? What does the choice of their structure and style depend on?
67. What is the structure of meetings? Describe the first part of meetings (introduction).
68. What are the functions of a chairperson during the meeting?
69. What is the negotiation? Why do negotiations take place?
70. What are the basics of planning negotiations?
71. What are the main parts of negotiations? Describe the opening one.
72. What is the negotiation? Describe the negotiation process.
73. What factors influence perfect competition?
74. What is competition?
75. What is perfect competition?
76. What is workable competition? What is its main drawback?
77. What is money? What is it used for?
78. What is money? What are the functions of money? Give their brief characteristics.
79. What are the main properties or characteristics of money?
80. How were goods exchanged in a barter economy? Why was this system impractical?
81. How are modern offices planned and equipped?
82. What is ICL? Give its profile.
83. What were the main directions of economic reforms of 1994 in Ukraine?
84. How can the Ukrainian agriculture be characterized?
85. What is the Ukrainian currency? Give its brief characteristics.
86. What are the main characteristic features of the UK economy?
87. What role does agriculture play in the economy of Great Britain?
88. What can you say about the UK currency and banking?
89. What can you say about the international trade of the UK?
90. What are the main sectors of the US economy? Give their brief characteristics.
91. What role does agriculture play in the US economy?
92. What can you say about the US international trade?
93. What can you say about the US currency and banking?
94. What are the main branches of the Ukrainian food industry?
95. What are the main tasks of the food industry in Ukraine?
96. What are the prospects of the development of the food industry in Ukraine?
97. What are the major problems of the Ukrainian food industry nowadays?
98. What is ecology? What is environment?
99. What is global warming? What are its consequences?
100. What factors can cause air pollution? What are the effects of air pollution on nature?
101. What can water pollution come from?
102. What are the effects of water pollution on nature?
103. What can you do to help to prevent pollution?
104. Where are computers used nowadays? What is the role of computers in business?

105. What is the Internet? In what ways is the Internet used by business?
106. What is an e-mail? What are its advantages and disadvantages?
107. What are the main types of business organizations? Give the definition of each type.
108. What are the advantages and disadvantages of the Sole Proprietorship?
109. What are the advantages and disadvantages of the Partnership?
110. What are the main advantages and disadvantages of the Corporation?
111. What is the Board of Directors and what are its responsibilities?
112. What are the main functions of the Production Department of the company?
113. What are the main functions of the Financial Department of the company?
114. What are the main functions of the Human Resources Department of the company?
115. What are the main functions of the Marketing Department of the company?

ГРАМАТИЧНА КОМПЕТЕНЦІЯ

1. Prepositions.
2. Article.
3. Present Simple.
4. Participle 1.
5. Present Continuous.
6. Present Simple or Present Continuous.
7. Future Tenses.
8. Impersonal sentences.
9. Degrees of comparison (adjectives and adverbs).
10. Past Simple.
11. Present Perfect Simple.
12. Past Simple or Present Perfect Simple.
13. Past Participle
14. Present Perfect Continuous
15. Past Continuous
16. Past Perfect Simple
17. Past Perfect Continuous
18. Conditional Sentences
19. Modal verbs
20. Passive Voice
21. Countable and Uncountable Nouns. Quantifiers Used with Countable and Uncountable Nouns.
22. Reported Speech
23. Infinitive. Complex Object. Complex Subject. For-Phrase
24. Gerund
25. Gerund or Infinitive
26. Subjunctive

СТРУКТУРА ВСТУПНОГО ЕКЗАМЕНУ

Вступний екзамен з іноземної мови проводиться в письмовій формі та складається з трьох частин:

Частина 1. Читання

Частина 2. Граматика

Частина 3. Письмо

Частина 1 та частина 2 побудовані у формі тесту.

Вступний екзамен оцінюється за 50-бальною шкалою. Особи, рівень знань яких за результатами вступного екзамену з іноземної мови оцінено нижче встановленої мінімальної кількості балів (30), до складання наступного вступного екзамену та до участі в конкурсі не допускаються.

Частина 1 «Читання»

Виконавши завдання цієї частини тесту, вступник продемонструє своє вміння розуміти писемну англійську мову на матеріалі різноманітних текстів із автентичних джерел.

Ця частина тесту складається з 3-х завдань, серед яких: завдання на встановлення відповідності, завдання з вибором однієї правильної відповіді та завдання на заповнення пропусків.

Кожне завдання складається з інструкції, тексту і запитань або тверджень до тексту.

Перше завдання (питання 1-5) – на встановлення відповідності. Вступнику необхідно прочитати тексти і твердження / заголовки / ситуації, а також підібрати до кожного тексту відповідно до завдання заголовки / твердження / ситуацію.

Друге завдання (питання 6-10) – з вибором однієї правильної відповіді. Вступнику необхідно прочитати текст і запитання до тексту, а потім вибрати правильний варіант відповіді з чотирьох поданих варіантів.

Третє завдання (питання 11-25) – на заповнення пропусків. Вступнику необхідно доповнити пропуски в тексті словами з поданих варіантів.

Кількість запитань: 25 тестових запитань

Кількість балів: 25 балів (1 бал за кожне питання)

Час виконання: 1 година

Частина 2 «Граматика»

Дана частина є лексико-граматичним тестом, який включає завдання з вибором однієї правильної відповіді на перевірку основних граматичних

структур, а також стилістичної і прагматичної компетенцій з використанням граматичних структур в поданому контексті.

Кількість запитань: 13 тестових запитань

Кількість балів: 13 балів (0,5 бали за кожне тестове запитання)

Час виконання: 1 година

Частина 3 «Письмо»

Частина тесту «Письмо» складається із 3-х запитань з курсу дисципліни «Іноземна мова (за професійним спрямуванням)», на які потрібно дати розгорнуту та правильну відповідь.

Кількість запитань: 3 запитання

Кількість балів: 24 бали (8 балів за кожне тестове запитання)

Час виконання: 1 година

Кількісний розподіл завдань письмового екзамену з іноземної мови за видами мовленнєвої діяльності та знаннями і вміннями, що перевіряються, наведено у Таблиці 1.

Таблиця 1

Види мовленнєвої діяльності, що перевіряються	Загальне розуміння	Детальне розуміння	Вибіркове розуміння	Лексико-граматичні вміння та навички	Лексично-стилістичні та орфографічні вміння	Кількість завдань	Кількість балів
Читання	x	x	x			25	25
Граматика				x		26	13
Письмо					x	3 запитання	12
						Усього	50

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ВСТУПНИКІВ

Розроблені завдання вступного екзамену з іноземної мови передбачають перевірку сформованості іншомовно-мовленнєвої комунікативної компетенції студентів, які вступають до магістратури.

Максимальна кількість балів на екзамені – 50, відповідно оцінювання завдань здійснюється за такою шкалою:

КІЛЬКІСТЬ БАЛІВ	ЗАГАЛЬНИЙ БАЛ ВСТУПНОГО ЕКЗАМЕНУ
45 – 50 балів	„п’ять”
38 – 44 балів	„чотири”
30 – 37 балів	„три”
менше 30 балів	„два”

Особи, рівень знань яких оцінений нижче 60 балів, до участі у конкурсі для зарахування за цими результатами не допускаються.

ЧАСТИНА 1 (читання) 25

балів

Кількість тестових завдань – 25, кількість балів – 25, а саме 1 бал за кожне питання.

ЧАСТИНА 2 (лексико-граматичний тест) 13

балів

Кількість тестових завдань – 26, кількість балів – 13, тобто цінність правильної відповіді на кожне завдання становить 0,5 бали.

ЧАСТИНА 3 (письмо) 12

балів

Кількість запитань – 3, кількість балів – 12, тобто цінність правильної відповіді на кожне завдання становить 4 бали.

Критерії оцінювання відповіді на запитання:

Змістове наповнення (повнота розкриття запитання, володіння теоретичним та фактографічним навчальним матеріалом, вміння обґрунтувати свою позицію та привести приклади, використання у відповіді самостійно опрацьованої літератури)

Використання лексики (лексична наповнюваність; володіння лексичним матеріалом, оперування поняттями та категоріями, що передбачені навчальною дисципліною, лексична правильність)

Використання граматики (орфографічна, морфологічна, синтаксична грамотність, логічність і стиль висловлення, зв’язність викладу думок)

Примітка. У разі використання заборонених джерел вступник на вимогу викладача залишає аудиторію та одержує загальну нульову оцінку.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література:

1. Шапран Л.Ю., Куниця Л.І., Чередніченко Г.А. та ін.. Англійська мова: підручник. – К.: Фірма «Інкос», 2007. – 717 с.
2. Hollett V, Business Objectives Student's Book, – Oxford University Press, 1999. – 192 с.
3. Hollett V, Business Objectives Workbook, – Oxford University Press, 1999. – 80с.
4. Hollet V. Meeting Objectives. Activity Book. – Oxford University Press, 1999.
5. McArthur T. A Rapid Course In English For The Students Of Economics – Oxford University Press, 1997. – 130с.
6. Thomson A.J., Marinet A.V., A Practical English Grammar, Exercises 1,2 – Oxford University Press, 1999.
7. Duckworth M. Oxford Business English Grammar and Practice – Oxford University Press, 1998. – 230с

Методичні вказівки:

1. Англійська мова. Методичні вказівки до практичних занять за фахом “Економіка підприємства” для студентів I-II курсів факультету економіки та менеджменту денної та заочної форм навчання. Упор: О.П. Авраменко, Л.Ю Шапран, О.В. Никитенко, Л.І. Куниця, Г.А. Чередниченко – К.: УДУХТ, 2001, – 100 с. № 5839
2. Англійська мова. Методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи над текстами загальноекономічного характеру для студентів IV курсу напрямів підготовки 0305 Економіка підприємства та 0306 Менеджмент і адміністрування денної форми навчання / Уклад.: Л.Ю.Шапран, Л.І.Куниця, Г.А.Чередніченко-К.: НУХТ, 2008.-с.175 (на електронних носіях)
3. Англійська мова: Методичні вказівки до самостійної роботи студентів IV курсу спеціальності 6.050200 „Менеджмент організацій” напряму підготовки „Менеджмент” денної форми навчання / Уклад.:Н.О. Божок, О.В. Климова. — К.: НУХТ, 2006. — 82 с. №6729
4. Англійська мова. Методичні вказівки до самостійної роботи студентів IV курсу спеціальності 6.050200 “Менеджмент організацій” напряму “Менеджмент” денної форми навчання (ч.-2) / Л.В.Власенко, Н.О.Божок, -К.: НУХТ, 2008-80с.(на електронних носіях)
5. Англійська мова. Методичні вказівки до практичних занять для студентів II-III курсів спеціальності 6.050100 «Маркетинг» денної та заочної форм навчання. / Уклад.: О.П.Авраменко, О.В.Никитенко, Л.Ю. Шапран та ін. – К: НУХТ, 2003. – 92 с. №6108
6. Англійська мова. Методичні вказівки до практичних занять для студентів II – III курсів спеціальності 6.050100 “Облік і аудит” напряму “Економіка і підприємництво” денної та заочної форми навчання /

- О.П.Авраменко, О.В.Березовська, Л.Ю.Шапран, Л.І.Куниця та ін. – К.: НУХТ, 2003 – 50 с. № 6169
7. Англійська мова. Методичні вказівки до самостійної роботи з матеріалами періодичних видань для студентів II курсу факультетів економіки, менеджменту, обліку, фінансів та підприємницької діяльності усіх спеціальностей денної форми навчання. / Уклад.: Л.Ю.Шапран, Л.І. Куниця, О.В. Никитенко. – К.: НУХТ, 2006. – Ч. 1 – 116с. №6709
 8. Англійська мова: Методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи з матеріалами періодичних видань для студентів III курсу факультетів економіки і менеджменту, обліку, фінансів та підприємницької діяльності всіх спеціальностей денної форми навчання / Л.Ю. Шапран, Л.І. Куниця, О.В. Никитенко. – К: НУХТ, 2008. – Ч.2.- 100с.
 9. Англійська мова: Методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи з матеріалами періодичних видань для студентів IV курсу факультетів економіки і менеджменту, обліку, фінансів та підприємницької діяльності всіх спеціальностей денної форми навчання / Л.Ю. Шапран, Л.І. Куниця, О.В. Никитенко. – К: НУХТ, 2008. – Ч.3.- 105с. №7017
 10. Іноземна мова (англійська мова): Методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи над темою “Presentations” для студентів III курсу напрямів підготовки 0305 Економіка та підприємництво та 0306 Менеджмент і адміністрування денної форми навчання / Уклад.: Л.Ю. Шапран, Л.І. Куниця, Г.А. Чередніченко – К: НУХТ, 2008. – с. 101(на електронних носіях)
 11. Англійська мова. Методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи над темами «Meetings» та «Negotiations» для студентів III курсу галузей знань 0305 «Економіка та підприємництво» та 0306 «Менеджмент і адміністрування» денної форми навчання. №4111 – 07.06.2010 р. / Уклад.: Л.Ю. Шапран, Л.І. Куниця, Г.А. Чередніченко – К: НУХТ, 2010 – 100 стр.
 12. Англійська мова. Методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи над текстами фахового спрямування для студентів IV курсу напряму підготовки 6.030.505 « Управління персоналом і економіка праці» денної форми навчання (на електронних носіях) 4107 – 15.01.2010 р. Уклад.: О.В.Березовська, Л.В.Власенко, Є.Ю.Давидова. – К.НУХТ, 2009 – с. 83 № 4107
 13. Англійська мова. Методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи з матеріалами періодичних видань для студентів I – IV курсу напряму 6.030510 «Товарознавство та торговельне підприємство» денної форми навчання (на електронних носіях) 4108 – 12.04.2010 р. Уклад.: Г.А. Чередніченко, О.В. Кияшко, В.В. Мірочник – К. НУХТ, 2010 – с. 132 № 4108
 14. Англійська мова. Методичні вказівки для підготовки до вступного екзамену

ДОДАТОК
Зразок білету

ЧАСТИНА 1 ЧИТАННЯ (READING)

ЗАВДАННЯ 1 (PART ONE)

Questions 1 – 5

- Read the article below about the work in the 21st Century.
- Choose the best sentence below to fill each of the gaps.
- For each gap **1 – 5** mark one letter (**A – G**).
- Do not use any letter more than once.
- There is an example at the beginning (**0**).

- A the rapid pace of technological advancement**
- B be designed and performed by teams**
- C high level skills**
- D have dedicated office space**
- E successful in the work assigned to them**
- F keep up with technological advances**
- G responsibility for a specific outcome**

Work in the 21st Century.

Several factors are influencing the work stations of today and of the future:

- **Changing organizational structures.** Organizations are becoming flatter, leaner, and more flexible in order to **(0)** **F** and to become and / or remain competitive in the global marketplace.
- **Changing definitions of jobs.** Jobs are less likely to be defined by a fixed set of tasks, and more likely to be made up of constantly changing activities or, perhaps even more likely, by a role in a work process or **(1)** _____.
- **Changing nature of work.** Work tasks and processes are less likely to be fixed entities determined by management. More and more organizations are working to push responsibilities to the lowest level possible in an effort to increase commitment, task variety, organizational flexibility, and employee ownership of work outcomes. Additionally, work is more and more likely to **(2)** _____ – either formally or informally assembled.
- **Changing job requirements.** As the nature of jobs becomes more fluid, employers expect employees to shift roles, responsibilities, and tasks quickly. Additionally, **(3)** _____ demands employees who understand more than just the program or system with which they work.
- **Changing workplace design.** More and more companies are moving to "virtual offices," in which employees no longer **(4)** _____, but can stop by a satellite office to check in, pick up materials, or have face-to-face meetings.
- **Changing workforce demographics and capabilities.** The well-documented demographic changes (e.g., increased representation of women, senior

citizens, and members of minority groups) and anticipated capability gap (e.g., increased demand for, and greater scarcity of, (5)_____) in the workforce bring with them issues of group differences and increased emphasis on trainability.

ЗАДАНИЯ 2 (PART TWO)

Questions 6 – 10

- Read the article below about advertising.
- For each question 6 – 10, mark one letter (A, B, C or D) for the answer you choose.

Is Advertising Necessary?

Marketing means running a first-rate business and letting people know about it. Every action your company takes sends a marketing message. Building a business image is not something invented by a P.R. firm; it's a reflection of what you do and how you do it. A clever ad is what pops into most people's minds when they think about getting the word out about their business.

It may surprise you to know how many established small businesses have discovered that they do not need to advertise to prosper. For small businesses, most money spent on conventional advertising – radio and TV spots, display ads in newspapers and billboards – is wasted. You're competing with thousands of other advertisers, and your message is unlikely to be noticed by enough potential customers to produce a profitable level of sales.

The best and most economical way to attract and hold customers is through personal recommendation. A customer who is pre-screened and prepared for what you have to offer is far more likely to appreciate you and use your business than is someone responding to an ad offering a low price. The essence of marketing without advertising is to encourage personal recommendation. How do you do this? Lots of ways, all of which start with creating an atmosphere of trust. Central to doing this is to run an honest business.

There are effective marketing strategies that don't rely on traditional advertising. For example, maintain a good physical appearance of your business (insist on scrupulous cleanliness and avoid clutter and unpleasant smells) or listing your products or services where customers expect to find them such as the telephone yellow pages, local business directories, flyers posted in laundromats, good internet Web pages, trade publications and, depending on the business, the classifieds which is also often extremely cost-effective. One good rule to distinguish traditional ads and a 'listings' is that the latter is found where people are looking for it. The former, on the other hand, like a billboard in front of some lovely scenery or deodorant commercial in the middle of an engrossing TV show, is usually intrusive and often annoying. For example, someone who checks the Yellow Pages or a local free classified newspaper for a drain cleaning service needs that type of business. By contrast, someone who reads a display ad or hears a radio spot for the same business is unlikely to need that service immediately or to remember the ad months or years later when the need does arise.

- 6 People starting a small business
- A take actions to send a marketing message
 - B want it to be a first-rate
 - C build a business image with the help of a P.R. firm
 - D often assume they must advertise to let people know about it
- 7 Conventional advertising for small businesses
- A attracts customers
 - B is expensive
 - C is wasteful
 - D produces profitable level of sales
- 8 Small businesses can save money relying on
- A word-of-mouth
 - B prepared customers
 - C low-price policy
 - D heavy advertising
- 9 Creating trust for a product or service can help
- A create a positive atmosphere
 - B company to be honest with customers
 - C maintain a good reputation
 - D market the product using advertising
- 10 Which of the following strategies does NOT rely on traditional advertising?
- A placing ads in trade publications
 - B placing ads in newspapers
 - C using classified ads
 - D listing the products in local business directories

ЗАДАНИЯ 3 (PART THREE)

Questions 11 – 25

- Read the article below about global markets.
- Choose the best word to fill each gap from *A*, *B*, *C* or *D* below.
- For each question *11 – 25*, mark one letter (*A*, *B*, *C* or *D*).
- There is an example at the beginning, (*0*).

GLOBAL MARKETS

The rapid spread of the financial crisis and recession have shown us just how globalized the world's capital markets have become. According to the International Monetary Fund, cross-border capital (*0*) *B* increased faster than both world production and trade in the past ten years, reaching \$6.4 trillion, or 14 per cent of world GDP, in 2007.

Although the percentage has fallen recently, international investment had risen steadily since the 1970s, when the US lifted many (*11*) _____ on global flows of capital, making it easier for investors to buy (*12*) _____ in foreign companies.

The globalization of capital markets offers two main advantages in the ways companies can (13) _____ money:

•First, companies have a greater (14) _____ of banks and credit institutions from which they can borrow money for financing their daily business. With more potential (15) _____, companies can lower their borrowing costs because they are no longer limited to dealing with the banks only in their home countries. This improves a company's balance (16) _____ and makes the firm more attractive to investors.

•Second, companies can list their shares on various (17) _____ exchanges around the world rather than only in their (18) _____ countries. Money managers prefer investing in companies listed on large exchanges such as those in New York or London, because costs are lower and the volume of trading is higher. Such exchanges are also strictly regulated, which reduces investors' risk.

Another benefit of being listed internationally is that it is easier for companies to (19) _____ by buying other companies. Many company (20) _____ — particularly in the US — are financed not by cash but through stock swaps, also called "share swaps". The purchasing company offers some of its shares to the target company's investors at a certain ratio, which is based on the number of shares the investor already has in the (21) _____ company.

The main risk of global capital markets is that international investors are usually interested only in short-term profits. Companies quarterly results must be impressive, or investors will take their money elsewhere. This makes long-term planning and investment difficult. Firms listed on large exchanges have to (22) _____ to international standards, so business methods that were acceptable in the native country may now be forbidden. This can greatly change how a firm is run — and not always for the better!

There is the risk that a company can lose favour very quickly by failing to (23) _____ expectations. The rush to invest in a firm becomes a race to get one's money out of it. If a company is seen as (24) _____ creditworthiness, this view can spread like a disease. You might say that, when Wall Street sneezes, the rest of the world's exchanges (25) _____ a cold.

0	<i>A</i>	streams	<i>B</i>	<u>flows</u>	<i>C</i>	liquids	<i>D</i>	currents
11	<i>A</i>	limitings	<i>B</i>	restrictions	<i>C</i>	borders	<i>D</i>	reservations
12	<i>A</i>	parts	<i>B</i>	parts	<i>C</i>	quotas	<i>D</i>	shares
13	<i>A</i>	collect	<i>B</i>	lift	<i>C</i>	raise	<i>D</i>	assemble
14	<i>A</i>	range	<i>B</i>	line	<i>C</i>	series	<i>D</i>	assortment
15	<i>A</i>	obligees	<i>B</i>	creditors	<i>C</i>	lenders	<i>D</i>	debtors
16	<i>A</i>	register	<i>B</i>	list	<i>C</i>	sheet	<i>D</i>	journal
17	<i>A</i>	capital	<i>B</i>	currency	<i>C</i>	money	<i>D</i>	stock
18	<i>A</i>	domestic	<i>B</i>	home	<i>C</i>	inner	<i>D</i>	overseas
19	<i>A</i>	expand	<i>B</i>	widen	<i>C</i>	broaden	<i>D</i>	spread
20	<i>A</i>	absorptions	<i>B</i>	takeovers	<i>C</i>	captures	<i>D</i>	assimilation
21	<i>A</i>	target	<i>B</i>	aim	<i>C</i>	objective	<i>D</i>	purpose

ЧАСТИНА 3 ПИСЬМО (WRITING)

Дайте розгорнуту відповідь на запитання (не менше 5-6 речень), використовуючи знання лексики, граматики іноземної мови та знання предмету

1. Give a company profile, using the example of ICL.
2. What are the responsibilities of a Marketing Manager?
3. What kind of economy does Ukraine have? How can you characterize it?

Бланк відповідей (зразок)

Частина 1, 2

Reading		Grammar	
1. g	16. c	1. d	16. c
2. b	17. d	2. d	17. b
3. a	18. b	3. a	18. c
4. d	19. a	4. c	19. c
5. c	20. b	5. a	20. d
6. d	21. a	6. b	21. c
7. c	22. c	7. d	22. a
8. a	23. a	8. a	23. d
9. c	24. d	9. c	24. c
10. b	25. c	10. b	25. d
11. b		11. a	26. a
12. d		12. c	
13. c		13. d	
14. a		14. b	
15. c		15. c	

Частина 3

1. ICL is a subsidiary of Fujitsu which is an 82 per cent shareholder in the company. It's situated in Japan. It employs a total of 24000 people. ICL consists of 29 autonomous companies. Each company has its own Managing Director. The group is divided into 3 divisions. The first one is Industry Systems. This division produces business solutions (software) for ICL's customers. The second is Technology, which manufactures computers and their components. The third division is Services, which sells computer services, like maintenance and training.
2. A Marketing Manager is responsible to Sales and Marketing Director. His span

of control includes the Publicity Manager and the Market Research Manager. He is responsible for the effective work of his department. His responsibilities include: planning, organizing, directing, coordinating and controlling the activities of two immediate subordinates; determining the best strategies and tactics to achieve objectives of the department, motivating others to work effectively, monitoring consumer and market researches, promotional campaigns and public relations.

3. Ukraine has a mixed economy, because it has both private and public sectors. Ukraine is an agro-industrial country. Ukraine is rich in natural resources. The main minerals are iron ore, coal, rock salt cement, gypsum uranium, different metals and other natural resources. Ukraine fully satisfies its needs in minerals but it still has to import some of them. So, oil and gas are imported from Russia and Turkmenistan as the oil and gas deposits of Ukraine cannot satisfy country's needs in these energy resources. In the current structure of Ukraine's industry a great proportion is occupied by heavy industry, especially, the iron, and steel, machine-building and coal industries. A considerable part is played by the food, light and chemical industries.

Ukraine is one of the world's most productive farming regions and is known as "Europe's granary".

There are two main branches of agricultural production in Ukraine: crop production and animal husbandry.