

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БРЕСТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра белорусского и русского языков

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
ПО ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ЯЗЫКОВОЙ ПРАКТИКЕ

для иностранных студентов 1 курса
экономического факультета специальностей:

1-26 02 05 «Логистика»; 1-26 02 03 «Маркетинг»

Брест 2015

УДК 81'243(072)

Методические указания предназначены для иностранных студентов I курса экономического факультета специальностей 1-26 02 05 «Логистика» и 1-26 02 03 «Маркетинг», проходящих ознакомительную языковую практику в соответствии с учебным планом специальностей. Настоящее издание включает в себя материал, способствующий развитию навыков устной и письменной речи, необходимых для успешного решения коммуникативных задач на русском языке в профессиональной деятельности, а также творческое применение на практике теоретических знаний.

Составители: О.А. Будник, преподаватель
К.А. Войтович, преподаватель

Рецензент: С.Ф. Бут-Гусаим, кандидат филологических наук, доцент кафедры белорусского языкознания и диалектологии УО БрГУ им. А.С. Пушкина

Учреждение образования
© «Брестский государственный технический университет», 2015

ВВЕДЕНИЕ

Методические указания предназначены для работы с иностранными студентами экономического факультета специальностей 1-26 02 05 «Логистика» и 1-26 02 03 «Маркетинг», проходящих ознакомительную языковую практику в соответствии с учебным планом специальностей. Цель настоящего издания – развитие и совершенствование навыков устной и письменной речи, сформированных в рамках дисциплины «Русский язык как иностранный», необходимых для успешного решения коммуникативных задач на русском языке в профессиональной деятельности, а также творческое применение на практике теоретических знаний.

Методические рекомендации состоят из двух частей и приложений. Первая часть рассчитана на работу студентов под руководством преподавателя во время практических занятий и нацелена на снятие языковых трудностей при прохождении ознакомительной практики на базе предприятий и при подготовке отчёта по практике и итоговой презентации предприятия. Первая часть подразделяется на темы, каждая из которых состоит из следующих блоков: а). предтекстовые задания, представляющие собой словарь новой лексики и лексико-грамматические упражнения с комментариями, объясняющие и закрепляющие усвоение наиболее сложных грамматических явлений; б). притекстовое задание – установочные вопросы по тексту; в). послетекстовые задания – в виде вопросов на понимание основной информации текста, заданий по составлению разных типов плана. Блок «Самостоятельная работа» направлен на развитие умений студентов самостоятельной работы над информацией, навыков поиска и сбора нужной информации по заданной теме.

Вторая часть издания содержит требования к оформлению письменного отчёта по практике, а также рекомендации и советы по подготовке, оформлению и проведению презентации фирмы.

В Приложении студенты могут ознакомиться с образцом титульного листа и образцами оформления библиографического описания в списке источников.

ЧАСТЬ 1

Тема 1

ПРОИЗВОДСТВО. ДОХОДЫ И ИЗДЕЖКИ ФИРМЫ

Употребление паронимов экономичный – экономический – экономный; выражение зависимости.

Задание 1. Знаете ли вы значения данных слов и выражений? Переведите их на родной язык:

фактор	страховые взносы
капитал	аренда
технология	выпуск
функция	явный
взаимосвязь	ресурс
набор	прирост
величина	

реализовать *что?*(4)
образовывать *что?*(4)

существовать *где? как?*

Задание 2. Соедините пары синонимов. Проверьте себя по словарю.

Совокупный	Затраты
Эквивалентный	Выручка
Доход	Гарантировать
Издержки	Равноценный
Обеспечить	Суммарный

Задание 3. Замените выделенные слова синонимами.

- 1). График показывает наименьшие **издержки** / _____, при которых **гарантируется** / _____ любой объём производства.
- 2). Фирма осуществляет такую политику, которая снижает её **доходы** / _____.
- 3). Предприятия осуществили **равноценный** / _____ обмен активов.
- 4). **Суммарный** / _____ продукт – это общий выпуск продукции, которую получили при использовании всех факторов производства.

ЗАПОМНИТЕ !

Экономичный – выгодный в хозяйственном отношении, дающий возможность экономить.

Пример: *Нужно купить экономичный автомобиль, так как цены на бензин постоянно растут.*

Экономический – хозяйственный, имеющий отношение к экономике.

Пример: *Экономическое развитие страны определяет её политику.*

Экономный – бережно расходующий средства, соблюдающий экономю.

Пример: *При экономных расходах денег хватит надолго.*

Задание 4. Составьте предложения с данными словосочетаниями.

Экономичный уют, экономический кризис, экономическая география, экономный образ жизни, экономное использование электроэнергии.

ЗАПОМНИТЕ!

Чтобы показать зависимость одного предмета, процесса явления от другого, употребляется конструкция

что? (1) зависит от чего? (2)

Пример: Прибыль фирмы зависит от дохода.

Задание 5. Составьте предложения, выражающие зависимость, используйте глагол *зависеть*.

Образец: Доход фирмы – объём производства

Доход фирмы зависит от объёма производства.

- 1). Цены на продукты – стоимость ресурсов
- 2). Результат работы фирмы – объём производства
- 3). Прибыль предприятия – результаты хозяйственной деятельности предприятия
- 4). Уровень издержек производства – технология и стоимость ресурсов
- 5). Уровень инфляции – экономическая обстановка на рынке.

Задание 6. Прочитайте текст. Выберите подходящий заголовок к каждой части текста.

А. Издержки фирмы

Б. Производство

В. Доходы фирмы

Процесс использования рабочей силы и оборудования в сочетании с природными ресурсами для изготовления необходимых товаров и услуг называется производством. Производственные услуги труда, капитала, природных ресур-

сов образуют факторы производства. Товары и услуги – это продукты производства. При производстве товаров и услуг используются различные технологии. Для любой технологии можно построить производственную функцию. Производственная функция описывает взаимосвязь между любым набором факторов производства и максимальным объёмом продукции, которую можно произвести из этого набора факторов.

Затраты на производство продукции образуют издержки фирмы. Существуют разные виды издержек.

Постоянные издержки – это издержки, величина которых не зависит от изменения объёма производства. Они возникают уже тогда, когда производство ещё не начато. Это затраты на аренду, страховые взносы, некоторые виды налогов.

Величина переменных издержек зависит от изменения объёма выпуска продукции. Это затраты на зарплату работникам, электроэнергию, транспорт.

Бухгалтерские издержки включают в себя только явные затраты. Это платежи за приобретённые ресурсы. Неявные издержки – это издержки на собственный и самостоятельно используемый ресурс.

Сумма бухгалтерских и неявных затрат образует экономические издержки. Они также равны стоимости ресурса при наилучшем из всех возможных вариантов его использования.

Денежный эквивалент произведённой и реализованной продукции – это доход фирмы. Различают общий, средний и предельный доход фирмы.

Общий доход представляет собой сумму денежной выручки, которую получают фирмы за реализацию продукции. Средний доход – это сумма денежной выручки за единицу продукции. Предельный доход – прирост или уменьшение суммы дохода в результате увеличения выпуска продукции на единицу.

Прибыль фирмы зависит от дохода. Фирма получает прибыль, если производит продукцию в объёмах, при которых совокупный доход больше совокупных издержек.

Задание 7. Найдите в тексте предложения с конструкцией *что* зависит от *чего*.

Задание 8. Ответьте на вопросы.

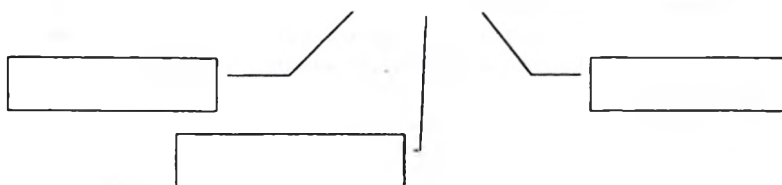
- 1). Что такое производство?
- 2). Что образуют факторы производства?
- 3). Что описывает производственная функция?
- 4). Какие существуют виды издержек?
- 5). От чего зависит величина переменных издержек?
- 6). Что такое доход фирмы?
- 7). При каких условиях фирма получает прибыль?

Задание 9. Дополните схемы, используя информацию из текста.

ИЗДЕРЖКИ

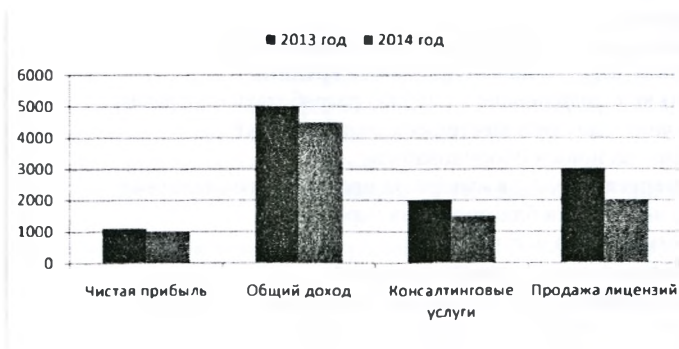


ДОХОДЫ



Самостоятельная работа

Пользуясь диаграммой, прокомментируйте соотношение доходов и прибыли компании «Альянс» в 2013 и 2014 гг. Объясните возможные причины разного соотношения прибыли и дохода, используйте конструкцию *что зависит от чего*.



Тема 2

ИМИДЖ ФИРМ

Выражение целевых отношений

Словарь урока:

формировать призывать оказать воздействие благозвучный отражать специфику присвоить наименование провинциальный символ усыпальница каменщик инициалы пекарь	имидж лицо физическое лицо юридическое аббревиатура фирменная продукция торговый знак идентификации «красные имена» клеймо закон о регистрации каталоги подделка
--	---

► *Повторяем грамматику*

Выражение целевых отношений.

Выражение цели в простом предложении

Запомните!

Вопросительные конструкции

зачем?

в целях чего?

с целью чего? (с какой целью?)

для чего?

в интересах чего?

ради чего?

в честь чего? (в память о чём? во избежание чего? на что? в знак чего?)

Запомните!

Средства выражения

Примеры:

в целях чего – в целях повышения заработной платы

с целью чего – с целью получения кредита

с целью + *инфинитив* – с целью разработать программу

для чего – для приобретения товаров и услуг

за чем – за новым оборудованием

в интересах чего – в интересах проводимого следствия

ради чего – ради благополучия народа

в честь чего – в честь юбилея

в память о чем – в память о встрече

во избежание чего – во избежание финансового кризиса

на что – на нужды частного предприятия

в знак чего – в знак протеста

Задание 1. Внимательно ознакомьтесь с таблицей. Проанализируйте примеры и составьте с ними предложения.

Образец: в целях повышения заработной платы. – В целях повышения заработной платы была разработана комплексная программа экономического развития предприятия.

Задание 2. Составьте предложения. Используйте различные средства выражения цели (см. слова для справок). Выучите предложение № 2 и запишите его по памяти.

1. Основное содержание оперативного управления сводится к маневрированию финансовыми ресурсами ... (вновь возникающие задачи).

2. Финансовый контроль представляет собой совокупность действий и операций за соблюдением финансово-экономического законодательства и финансовой дисциплины в процессе формирования и использования денежных фондов на макро- и микроуровне ... (целесообразность и эффективность финансово-хозяйственных операций).

3. Обследование предполагает изучение отдельных аспектов функционирования предприятия, организаций ... (их финансовое состояние и возможные направления развития).

4. Закон о чрезвычайном положении был принят ... (страна из экономического кризиса).

Слова для справок: с целью решить — с целью решения, с целью обеспечить — с целью обеспечения, с целью определить — с целью определения, с целью вывести — с целью вывода.

Задание 3. Вставьте подходящие по смыслу предлоги. Для выражения целевых отношений используйте различные средства выражения.

1. Учёные приехали на конгресс ... (обсуждение глобальных проблем).

2. Нужны доказательства ... (подтверждение правильности выводов).

3. Представитель фирмы отправился на завод ... (отремонтированные запасные части).

4. Предприятие получило право ... (строительство филиала в городе-спутнике).

5. Руководитель фабрики поехал за границу ... (стажировка).

6. ... (небольшая прибыль) фирма пошла на сомнительную сделку.

7. ... (великий гость) был дан праздничный ужин.

8. Филиал фирмы закрыт ... (ремонт).

9. Иностранная делегация прибыла ... (установление дипломатических отношений).

10. Была создана комиссия ... (решение финансового вопроса).

11. Встреча лидеров государств была организована ... (укрепление мира).

12. Сотрудник вернулся в банк ... (паспорт).

13. Организация может обратиться ... (совет) к юристу.

14. Маркетолог уехал ... (презентация торговой фирмы).

Задание 4. Найдите предлоги со значением цели. К каждому предложению поставьте несколько вопросов со значением цели.

Образец: Для управления транспортными потоками создаются логистические центры.

1. Для чего создаются логистические центры?
 2. С какой целью создаются логистические центры?
 3. Какова цель создания логистических центров?
1. Средства, выделенные фондом, были потрачены на закупку компьютерной техники.
 2. В целях повышения конкурентоспособности компания разработала план оптимизации производства.
 3. Во имя безопасного будущего необходимо решать экологические проблемы общества.
 4. Ради безопасности людей в общественных местах размещены видеонаблюдатели.
 5. Бизнес-план готовится в целях использования внешних источников финансирования.

Задание 5. Найдите в предложениях предлоги со значением цели, замените их, если возможно.

1. В интересах жителей города было запланировано строительство третьей линии метро.
2. За получением кредита в банк отправится доверенное лицо.
3. Нужно вести борьбу за безопасность на дорогах.
4. Клиент может обратиться к юристу за разъяснением хода дальнейших действий.
5. Часть средств городского бюджета была выделена для поощрения талантливой молодежи.
6. Наш корреспондент обратился к руководству предприятия за комментариями.
7. Ради продвижения по службе карьеристы готовы на многое.
8. Я студент, поэтому ищу работу на неполный рабочий день.

Запомните!

Глагольные конструкции со значением цели

кто (что) имеет целью что сделать
кто (что) имеет (преследует) цель что сделать
кто стремится к чему
что направляется (направлено) на что
что нацелено (нацеливается) на что

Задание 6. Найдите глагольные конструкции со значением цели. Поставьте вопросы со значением цели.

1. В сентябре 2003 года Россия присоединилась к Болонской конвенции, которая имеет своей целью создание единого европейского образовательного пространства.

2. Наша компания ценит своих клиентов и стремится к взаимовыгодным отношениям.

3. Работа Центра направлена на улучшение памяти и развитие интеллектуальных способностей человека.

4. В настоящее время преследуется цель развить в стране агро- и экотуризм.

5. Правительство страны нацелено на дальнейшую либерализацию экономики.

Задание 7. Прочитайте текст. Скажите, почему важен имидж фирмы.

ИМИДЖ ФИРМЫ

Имидж – это цельный сформированный образ какого-либо лица, или предмета, который оказывает эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо в целях популяризации, рекламы и т. п. Имидж имеет не только лицо физическое, но и лицо юридическое, то есть любая фирма, предприятие.

Фирма начинается с названия. Сделать удачный выбор – уже полдела.

При этом надо учитывать несколько факторов. Название должно быть:

- оригинальным;
- понятным;
- благозвучным;
- кратким;
- по возможности отражать специфику предприятия.

Общемировая практика показывает, что традиционными стали названия предприятий и товаров, которые их выпускают, по имени владельца: заводы Крупна, Форда, Рокфеллера, автомобили «Форд», «Роллс-Ройс», «Мерседес», «Кадиллак». Российская традиция поддерживает общемировую: Демидовские заводы, Путиловский, Елисеевские магазины, Третьяковская галерея.

В советское время появились так называемые «красные имена»: фабрика «Большевичка», «Красный Октябрь», завод «Ревтул» («Революционный груд»), «Комсомолец», стадион «Октябрь», фабрика «Рот-Фронт», газета «Комсомольская правда», колхозы «Путь к коммунизму», «Заветы Ильича».

В настоящее время перед владельцами фирм тоже стоит проблема наименования. Многие мелкие предприниматели предпочитают идти традиционным путём и использовать женские или мужские имена.

Удачными следует признать названия магазинов «Бахус», «Адонис», ресторанов «Европа» и «Медведь», кафе «Студенческий меридиан». Вряд ли такими можно считать названия магазина автозапчастей «Мадонна» и трактира.

Использование аббревиатур, то есть слов, которые образованы из начальных букв, начальных частей словосочетания или начальной части слова и целого слова, в названии предприятия отвечает принципу краткости, но в большинстве случаев значение составляющих элементов непонятно. Подобные снова могут быть узнаваемы лишь из-за частотности употребления.

Формирование имиджа – процесс сложный и многогранный. Он может продолжаться долгие годы, даже десятилетия. Об этом говорит опыт экономически развитых стран, где давно уже существует понятие «фирменная продукция». Символом её является торговый знак, то есть знак, который использует торговец или производитель для идентификации и отличия своих товаров от товаров конкурентов. Это может быть как знак, представленный словом «Rolls Royce» (1906) или «Хегох» (1946 — греч. «ксерос» — сухой, «графо» — писан.— «ксерография»), так и знак, представленный изображением-символом, числом или контуром, например: «Золотая арка» (1968), компании «Макдональдс»

В наши дни товарные знаки обязательно регистрируются. Подтверждением регистрации знака служит расположенный рядом с ним символ ®.

Задание 8. Продолжите предложения.

1. Имидж – это...
2. Имидж имеет...
3. Название должно быть...
4. Многие мелкие предприниматели предпочитают...
5. Символом её является...

Задание 9. Составьте вопросный план текста.

Задание 10. Трансформируйте вопросный план в назывной.

Задание 11. Запишите тезисный план текста.

Задание 12. На основании полученной информации составьте аннотацию текста.

Тема 3

КОНКУРЕНЦИЯ

Степени сравнения имён прилагательных, описание графиков и диаграмм.

Задание 1. Знаете ли вы значения данных слов и выражений. Переведите их на родной язык:

конкурентоспособный	преимущество
качество	социальные сети = соцсети
качество продукции	сегмент
качество обслуживания	повседневная жизнь
уровень	опрос
уровень продаж	респонденты = опрошенные
уровень обслуживания	лишь = только
стратегия	доступный
маркетинговые исследования	рекламодатель

возникать – возникнуть *где (б)*

опережать – опередить *кого/что (4)*

проводить – провести (опрос/исследование)

Задание 2. Составьте предложения.

- 1). От качества обслуживания
 - 2). Компания «Спартак» является одной из
 - 3). Конкуренция позволяет потребителю
 - 4). Для сбора информации о своих конкурентах
 - 5). Качество продукции – это одно из важнейших
 - 6). «Спартак» выберет правильную
- а) получать качественные продукты и услуги.
 - б) зависит уровень продаж магазина.
 - в) самых конкурентоспособных на этом рынке.
 - г) конкурентную стратегию.
 - д) мы проводим маркетинговые исследования.
 - е) конкурентных преимуществ фирмы.

Описание графиков и диаграмм

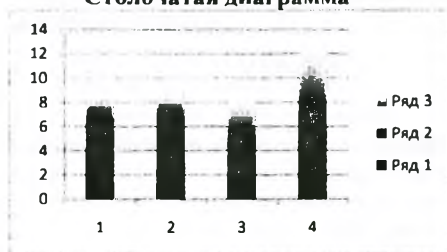
Круговая диаграмма

Продажи

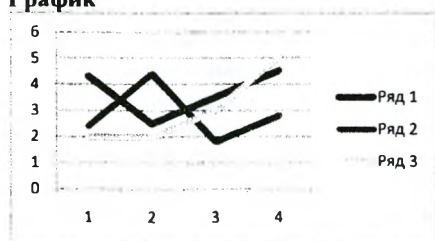


- кв. 1
- кв. 2
- кв. 3
- кв. 4

Столбчатая диаграмма



График



Схема



Запомните!

кто/что (1) приводит какие данные

Пример: Агентство приводит следующие данные...

что(1) составляет сколько

Пример: Спрос на недвижимость составляет 50%.

что (1) достигает чего (сколько) (2)

Пример: Спрос на недвижимость достигает 50%.

что(1) снизился на сколько = уменьшился на сколько

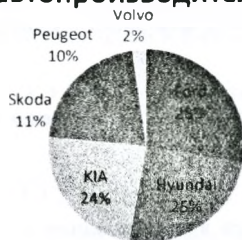
Пример: Объём рынка недвижимости снизился на 5%.

что (1) повысился на сколько = увеличился на сколько

Пример: Спрос на недвижимость увеличился на 5%.

Задание 3. Ознакомьтесь с диаграммой. К какому виду диаграмм она относится? Прочитайте фразы для описания диаграммы. Составьте свои предложения.

Итоги продаж автомобилей в России в 2009 году (по опубликованным отчётам автопроизводителей)



1. Самый популярный автомобиль в России (по приведённым данным) – Ford.
2. На втором месте по популярности – Hyundai.
3. KIA – на третьем месте.
4. Skoda – на четвёртом месте и составляет 11% по популярности.

Запомните!

Степени сравнения имён прилагательных

<i>Прилагательное</i>	<i>Сравнительная степень: -ее/-е «более»+прилаг.</i>	<i>Превосходная степень: «самый»+прилаг. -ейш- сравнит.степень+ «всех» / «всего»</i>
красивый	красивее / более красивый	самый красивый / красивейший / красивее всех
новый	новее / более новый	самый новый / новейший / новее всех
трудный	трудный / более трудный	самый трудный / труднейший / труднее всего

Запомните!

Суффикс -е после:

Г→Ж дорогой – дороже

К→Ч громкий – громче

Х→Ш тихий – тише

Д→Ж молодой – моложе

СТ→Ц чистый – чище

Задание 4. Откройте скобки. Образуйте сравнительную степень прилагательных.

1. Я думаю, что наша новая стратегия(эффективный).
2. Компания «Альянс» предлагает(выгодный) цены, чем «Основа».
3. Цены на бензин в этом году(высокий), чем в прошлом году.
4. Спрос на этот продукт в сентябре(низкий), чем в июле.
5. В этом квартале работа компании с клиентами(результативный).

Задание 5. Прочитайте текст, назовите лидеров мирового рынка социальных сетей.

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

Рынок социальных сетей является одним из самых крупных сегментов в общей мировой аудитории Интернет-пользователей. Соцсети стремительно набирают популярность во всём мире. Социальные виртуальные империи возникли всего 10 лет назад, но их влияние на повседневную жизнь огромно. Сложно найти человека, который пользуется Интернетом, но не пользуется социальными сетями.

Агентство Pew Research Center's Project приводит следующие данные по использованию социальных сетей в странах мира (январь 2011г.):

- американцы чаще других пользуются социальными сетями (46% посещают эти сайты);
- в Польше и Великобритании ими пользуется по 43% опрошенных;
- в Южной Корее – 40%;
- в России 33% респондентов – пользователи соцсетей.

Самые популярные социальные сети в мире по версии Morgan Stanley (апрель 2010г.):

1. Facebook (США) – 471 000 000 пользователей.

Это крупнейшая в мире социальная сеть, созданная в 2004 году и управляемая компанией Facebook Inc. Выручка в 2009 году составила 0,5 млрд. долларов.

2. MySpace (США) – 120 000 000 пользователей.

Это вторая по величине социальная сеть в мире, созданная в 2003 году в США. Примерный оборот MySpace не превышает 100 млн. долларов.

3. Twitter (США) – 74 000 000 пользователей.

Twitter – третья по величине социальная сеть в мире, созданная в 2006 году в США. Доход Twitter по результатам 2009 года составил не более 2 млн. долларов.

4. Baidu Space (Китай) – 54 000 000 пользователей.

Baidu – это самая крупная китайская поисковая система, созданная в 2000 году. Она функционирует на китайском и японском рынках. Baidu Space – китайская социальная сеть в рамках сервиса Baidu.

5. QQ (Китай) – 47 000 000 пользователей.

Сервис принадлежит китайской компании Tencent.

6. RenRen (Китай) – 34 000 000 пользователей. Год основания – 2005.

7. Vkontakte (Россия) – 25 000 000 пользователей. Это крупнейшая социальная сеть в России, Украине, Беларуси и Казахстане.

Задание 6. Найдите в тексте прилагательные и наречия в сравнительной и превосходной степени.

Задание 7. Ответьте на вопросы:

- 1). Какая из социальных сетей появилась первой? В каком году?
- 2). Жители какой страны пользуются социальными сетями чаще всего?
- 3). Какая выручка была у Facebook в 2009 году?
- 4). Какая социальная сеть самая популярная в России?
- 5). Как вы считаете, конкуренция между социальными сетями сильная или нет?
- 6). Как вы думаете, реклама в соцсетях эффективна?

Задание 8. Пользуясь информацией из текста, составьте диаграммы:

- использование социальных сетей в странах мира (январь 2011г.);
- самые популярные социальные сети в мире по версии Morgan Stanley.

Самостоятельная работа

Подготовьте развёрнутые ответы на вопросы:

Как вы считаете, что помогает компании быть конкурентоспособной?

Какие конкурентные преимущества есть у предприятия, которое вы посетили?

Для ответа можно использовать следующие характеристики:

- лидерство в цене;
- высокое качество продукции / услуги;
- высокое качество обслуживания;
- выгодное месторасположение;
- приятная атмосфера и др.

Тема 4

ИСТОРИЯ ИЗВЕСТНОЙ МИРОВОЙ КОМПАНИИ MICROSOFT

Выражение условных отношений

Словарь урока:

цифровой архив мультимиллиардер легендарный электронщик целенаправленный ключ к успеху колоссальный экземпляр корпорация	источник визуальной информации адвокатская карьера произведения искусства удача улыбается кто обязан кому/ чему что приложить к чему расчёт распределения энергии инсталлировать что
--	---

Выражение условных отношений

Выражение условных отношений в простом предложении

Запомните!

в случае чего – в случае острой необходимости

в условиях чего – в условиях чрезвычайной ситуации

при чём – при условии финансирования

без чего – без тщательной подготовки

при наличии чего – при наличии лицензии

при отсутствии чего – при отсутствии дефектов

Задание 1. Внимательно ознакомьтесь с таблицей. Проанализируйте примеры и составьте с ними предложения.

Образец: в случае острой необходимости. В случае острой необходимости придётся обратиться за помощью к конкурентам и согласиться на их условия.

Запомните!

Вопросительные конструкции

при каком условии? при условии чего?

без чего? без какого условия?

в каком случае? в случае чего?

при наличии чего? при наличии какого условия?

при отсутствии чего? при отсутствии какого условия?

Задание 2. Дополните предложения, употребите слова в скобках в правильной грамматической форме. Задайте вопросы к каждому предложению.

1. При (оформление кредита) необходимо наличие паспорта.

2. Эксперимент проводится в (условия повышенной опасности).

3. При (отсутствие договорённости) подписание контракта не состоится.

4. Необходимо выслушать разные мнения при (принятие решений).
5. В случае (авария на дороге) необходимо вызвать сотрудников дорожно-постовой службы.
6. Без (финансовая поддержка) я не смогу продвигать этот проект.
7. При (наличие визы) можно отправиться в увлекательное путешествие по Европе.

Задание 3. Вместо точек вставьте нужный предлог со значением условия. Обратите внимание на падеж существительного.

1. Банки и заёмщики потеряют интерес к кредитованию ... глубокого экономического кризиса в мире – слишком велики риски.
2. ... отсутствия монополии не заботятся о внедрении новинок техники.
3. ... превышения доходов над расходами возникает бюджетный профицит.
4. Рыночное производство ... прибыли невозможно.
5. ... отдыха долго работать за компьютером нельзя.
7. ... чрезвычайного происшествия необходимо вызывать МЧС.
8. ... единообразия рекламы необходимы стандарты.
9. ... оценки кредитоспособности необходимо использовать различные показатели.

Запомните глагольные конструкции со значением условия:

что обуславливает что
что обусловлено чем
что является условием чего
что предусматривает что
что предусмотрено чем

Задание 4. Рассмотрите таблицу. Обратите внимание на средства выражения нереального условия. Расскажите о способах выражения нереального условия.

<i>Без чего + не + глагол прош. времени + бы</i>	<i>Без чего + невозможно + что</i>
<i>Без чего + было бы невозможно + инфинитив</i>	<i>Без чего + не было бы чего</i>

- Без государственной поддержки не реализовался бы национальный проект.
 Без государственной поддержки было бы невозможно реализовать национальный проект.
 Без государственной поддержки невозможна реализация национального проекта.
 Без государственной поддержки не было бы национального проекта.

Задание 5. Замените предложения конструкциями с нереальным условием.

Образец: С принятием законопроекта об увеличении пособия молодым матерям появится вероятность улучшить демографическую ситуацию в стране.
— Без принятия законопроекта об увеличении пособия молодым матерям не улучшилась бы демографическая ситуация в стране.

1. С развитием коммуникационных сетей расширяются пространственно-временные границы.

2. С повышением пенсий будут улучшены условия жизни стариков.

3. С развитием научно-технического прогресса люди всё чаще переезжают в большие города.

4. С переходом на зимнее время у людей часто возникают проблемы со здоровьем.

5. С развитием науки всё чаще возникают морально-этические проблемы, например, использование ядерного оружия или применение эвтаназии.

Лингвистический комментарий

оставить учёбу — бросить учёбу, перестать учиться

совершенствовать — улучшать

визуальный — воспринимаемый зрительно

благотворительный фонд — организация (обычно частная), которая финансирует различные благотворительные программы

Задание 6. Прочитайте текст и скажите, кто основал компанию Microsoft.

Основатель и владелец корпорации Microsoft американский мультимиллиардер Билл Гейтс родился 28 октября 1955 года в Сиэтле в семье адвоката и школьной учительницы. Мальчика ждала блестящая адвокатская карьера. Но в седьмом классе Уилл со своим другом Полом Алленом так увлёкся электроникой, что твердо решил стать профессором математики. Именно тогда родилась знаменитая фраза Билла: «Я могу сделать всё, к чему приложу свой интеллект». В 15 лет Билл Гейтс написал компьютерную программу для регулирования движения городского транспорта и заработал на ней 20 тысяч долларов.

В 1973 году он поступил на первый курс Гарвардского университета, но на третьем курсе оставил учёбу.

В 1975 году Билл Гейтс и Пол Аллен создали легендарную компанию Microsoft («Майкрософт»). Выпуск в 1990 году Windows 3.0 имел колоссальный успех: Гейтс выпустил три миллиона экземпляров программы. Уже в 1991 году «Майкрософт» захватил 40 % мирового рынка программных продуктов для персональных компьютеров.

Билл Гейтс сумел предвидеть невероятное развитие персональных компьютеров, и это принесло сказочный успех компании Microsoft, которая продолжает совершенствовать информационные технологии и продукты. В отделениях компании, расположенных в 60 странах мира, работает более 32 000 человек.

Вместе со своей женой Билл Гейтс основал благотворительный фонд и внёс в него более 17 миллиардов долларов для поддержки здравоохранения и образования. Гейтс много читает, любит играть в гольф и бридж.

В настоящий момент состояние Билла Гейтса оценивается в 53 миллиарда долларов. Главный совет, который Гейтс даёт начинающим: «Постоянная целенаправленная работа — вот ключ к успеху». Однако следовать этому совету можно, лишь имея сильную волю и твёрдый характер.

Задание 7. Придумайте и задайте вопросы преподавателю или студентам по этому тексту.

Задание 8. Найдите в тексте слова компьютерной тематики. Знаете ли вы их значение? Что означает слово *основатель*? Какое значение придает суффикс *-тель*?

Задание 9. Найдите прилагательное в сравнительной степени, замените его синонимичной формой.

Задание 10. Прочитайте правильно числительные, использованные в тексте. Вспомните правила их склонения.

Тема 5

ОАО «БЕЛАРУСЬКАЛИЙ»

Выражение причинно-следственных отношений

Словарь урока:

импортер	удобрять - удобрение
экспортер	наращивать
калий	экспортировать
ассоциация	производить (-ся)
сбыт	удерживать (-ся)
концепция	реализовывать-реализовать
устойчивость	
подразделение	

Запомните грамматические средства выражения

<i>средства выражения причины</i>	<i>средства выражения следствия</i>
потому что, позтому, так как, так что, в результате того что, в связи с тем что, в связи с чем	в результате чего, в результате этого, вследствие того что, вследствие чего, благодаря тому что, благодаря чему

чем = тем самым

чем – используется как пассивный субъект причины (чаще в пассивных конструкциях). Сравните: что является чем, что объясняется чем, что вызвано чем, что служит чем.

Например: Банк предоставляет кредиты, чем даёт возможность приобрести жильё (чем даёт возможность = кредитами (Т.п.) даёт возможность (пассивный субъект) = кредиты дают возможность (активный субъект)).

Задание 1. Из двух предложений составьте одно сложное со значением следствия. Используйте различные средства выражения.

1. Инвентаризационная опись содержит огромное количество наименований. На проведение инвентаризации «от и до» тратилось огромное количество времени.

2. Доступ к финансированию от ЦБ частным банкам получить не так просто. Ставка рефинансирования в большей степени является индикатором.

3. Руководство завода сообщило, что экспорт увеличился. Требования рабочих вполне законны.

4. Недавно был принят Указ Президента. В налоговый кодекс были внесены поправки.

5. В страховых компаниях теория вероятностей применяется. Размеры тарифной ставки в первую очередь зависят от степени вероятности страхового случая.

Лексические средства выражения следственных отношений
Запомните!

следствие чего

отсюда следует вывод (вытекает вывод, делаем вывод)
из этого следует вывод (вытекает вывод, делаем вывод)

Запомните!

что является следствием чего

что является следствием того, что

Например: Был разработан график поставок продукции, поэтому количество привозимого товара увеличилось.

Вопрос: Что является следствием разработки графика поставок продукции?

Ответ: Следствием разработки графика поставок продукции является увеличение количества привозимого товара.

Вопрос: Что является следствием того, что был разработан график поставок продукции?

Ответ: Следствием того, что был разработан график поставок продукции, является увеличение количества привозимого товара.

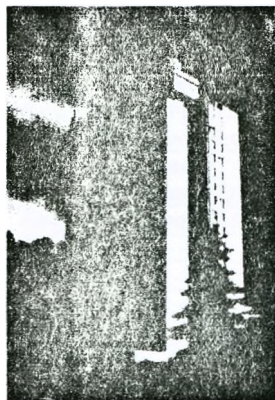
Задание 2. Составьте предложения со значением следствия. Поставьте вопросы к следственному компоненту, используя конструкцию

что является следствием чего/ что является следствием того, что.

1. Кредитор понёс убытки. Должник не осуществил возврат долгов.
2. В организации была проведена инвентаризация. Была выявлена недостача.

Задание 3. Образуйте прилагательные от существительных: акция, калий, традиция, природа, строитель, наука, культура, спорт.

Задание 4. Прочитайте текст и определите, какие факты позволяют данному предприятию успешно конкурировать на международном рынке.



ОАО «БЕЛАРУСЬКАЛИЙ»

Открытое акционерное общество «Беларуськалий» является одним из крупнейших производителей и экспортеров калийных удобрений в мире. По данным Международной ассоциации удобрений, на его долю приходится седьмая часть мирового объема производства калийных удобрений.

ОАО «Беларуськалий» производит продукцию, отвечающую самым высоким требованиям и отмеченную престижными международными наградами. Эти факты позволяют предприятию успешно конкурировать с зарубежными производителями и экспортировать свою продукцию в более чем в 70 стран мира.

ОАО «Беларуськалий» с каждым годом наращивает объемы производства, удерживает традиционные рынки сбыта, выходит и закрепляется на других, разрабатывает и выпускает новую продукцию.

Располагает достаточной природной сырьевой базой, высоким производственным потенциалом рабочих и специалистов. Эта непростая и многопрофильная деятельность осуществляется на основе концепции устойчивого развития калийной отрасли Республики Беларусь.

Свою историю «Беларуськалий» ведет с 1958 года. В настоящее время в состав предприятия входят четыре рудоуправления, а также вспомогательные и обслуживающие подразделения (транспортные, энергетические, ремонтные, строительные и другие фирмы и цеха).

ОАО «Беларуськалий» является градообразующим предприятием. Активная социальная политика является залогом успешной работы промышленного гиганта как в своем регионе, так и за его пределами. Сегодня ОАО «Беларуськалий» активно поддерживает научные, культурные и спортивные программы, молодежную политику, реализует различные социальные проекты.

Задание 5. Определите количество предложений и абзацев в тексте. Ответьте на вопрос, почему текст разделён на абзацы.

Задание 6. Выпишите из текста словосочетания, которые построены по модели **какой + что**. Определите падежную форму слов в этих словосочетаниях.

Задание 7. В тексте найдите модель **что является чем(№5)** и замените ее на **что это что(№1)**.

Задание 8. Составьте план текста в виде вопросов.

Тема 6

НОВОСТИ ЭКОНОМИКИ

Образование имён существительных, обозначающих лица по профессии; употребление имён существительных «цена – стоимость».

Задание 1. Знаете ли вы значения данных слов и выражений? Переведите их на родной язык:

потеря	обзор
доклад	парамстр
казначейство	дивиденд
санкция	недвижимость
фрагмент	полноправный
исключение	потенциальный
нефтедобывающий	в противном случае
сальдо торгового баланса	инфраструктура
рецессия	мегаполис
экспорт / импорт	рекорд

публиковать – опубликовать *что* (4)

анализировать – проанализировать *что* (4)

исходить из *чего* (2)

доказывать – доказать *что* (4)

регистрировать – зарегистрировать *что* (4)

испытывать – испытать *что* (4)

приводить – привести к *чему* (3)

Задание 2. Составьте словосочетания, употребляя слова в нужной форме.

Городской	покупатель
полноправный	баланс
потенциальный	страна
прочитанный	недвижимость
торговый	владелец
нефтедобывающий	доклад
дорогой	инфраструктура

Запомните!

Названия лиц мужского пола по профессии и по виду деятельности образуются при помощи суффиксов **-щик/-чик, -ец, -ер, -тель**.

Глагол (что делать?)	Процесс, деятельность (что?)	Деятель, лицо (кто?)
потреблять + <i>что?</i> (4)	потребление + <i>чего?</i> (2)	потребитель + <i>чего?</i> (2)
производить	производство	производитель
покупать	покупка	покупатель
продавать	продажа	продавец
акционировать	акционирование	акционер
поставлять	поставка	поставщик

Задание 3. Образуйте словосочетания с существительными со значением лица, производителя действия.

Образец: производить оборудование – производитель оборудования.

Потреблять электроэнергию, платить налоги, покупать качественные товары, поставлять запасные части, покупать сырьё.

Запомните!

Цена – стоимость товара в деньгах, плата
цена (какая?) высокая, низкая, государственная, льготная, договорная, новая, розничная, оптовая
цена (чего?) товаров, оборудования, продукции
цена (на что?) на продукты, на сырьё

Стоимость – 1) определённое количество труда, которое затрачено на производство товара; 2) денежное выражение ценности вещи, товара; то же, что и цена.

стоимость (какая?) номинальная, общая, потребительская, рыночная, ориентировочная
стоимость (чего?) договора, проекта, товаров.

Задание 4. Вставьте в предложения слова цена/цены или стоимость в нужной форме.

1. После кризиса рост на продукты составил 20%.
2. Общая проекта нефтепровода из России в Китай составит 2 млрд. долларов.
3. В новом году не будет роста на эти товары.
4. Новая этого оборудования будет немного выше.
5. Ориентировочная договора о поставках электроэнергии составит 1 млрд. долларов.

Задание 5. Прочитайте следующие новостные заметки. Скажите, что вы узнали из них.

США оценили потери России от дешёвой нефти в \$100 млрд

С января по июнь этого года нефтяная выручка России снизилась на \$100 млрд. Об этом говорится в опубликованном в понедельник полугодовом докладе Минфина (казначейства) США, посвящённом ситуации в мировой экономике и на валютном рынке.

По оценке Минфина США, сейчас Россия переживает период «плохого управления экономикой и страдает от низких нефтяных цен и санкций». В другом фрагменте утверждается, что Россия сейчас «испытывает серьёзное сокращение экономики». При этом Россия стала исключением из ряда других нефтедобывающих стран: она сумела сохранить положительное сальдо торгового баланса. Этого ей удалось добиться ценой «репрессии, ограничений на импорт и ослабления курса рубля». Все эти факторы привели к превышению стоимости экспорта над импортом.

Экономисты Citi Research назвали лучшие компании с точки зрения инвестиций

Экономисты Citi Research опубликовали обзор CEEMEA Equity Strategy, в котором проанализировали 163 компании региона Центральной и Восточной Европы, Ближнего Востока и Африки по пяти параметрам и назвали самые наиболее привлекательные из них.

Аналитики, в частности, исходили из того, что инвесторам интересны вложения в компании с хорошими дивидендами, которые при этом стабильно их увеличивают. Они особо выделили несколько компаний, которые на протяжении последних десяти лет каждый год увеличивали выплату дивидендов акционерам. Одной из них стал российский ЛУКОЙЛ.

Чтобы купить недвижимость в Шанхае, человеку придется доказать, что он работает в этом городе

Стать полноправным владельцем дома или квартиры в Шанхае можно только с разрешения властей. Потенциальным покупателям недвижимости в Шанхае придется доказать, что им действительно нужна квартира в этом городе. В противном случае сделку не зарегистрируют — даже если продавец уже получил деньги, а покупатель твердо решил переселиться в Шанхай.

Причин для переселения может быть множество: сейчас Шанхай занимает одно из лидирующих мест по темпам экономического роста во всей стране, а продуманная инфраструктура делает мегаполис одним из самых удобных китайских городов для повседневной жизни. К тому же здесь есть море и четыре аэропорта, а субтропический климат избавляет жителей от холодной зимы. В июле цены на шанхайскую недвижимость побили рекорд: стоимость 1 кв. м достигла 34,6 тыс. юаней (\$5,5 тыс.).

Задание 6. Найдите в текстах и выпишите слова, обозначающие лица по профессии, виду деятельности. С помощью какого суффикса они образованы?

Запомните!

Общепринятые аббревиатуры и сокращения:

км – километр; см – сантиметр; кв. м – квадратный метр

млрд – миллиард; тыс. – тысяч;

Минфин – Министерство финансов;

США – Соединённые Штаты Америки

Задание 7. Найдите в текстах предложения с сокращениями и аббревиатурами.

Задание 8. Задайте по 5 вопросов к каждой заметке.

Задание 9. Подготовьте пересказ одной заметки.

Самостоятельная работа

Подготовьте устное сообщение о прочитанной новости в сфере экономики. Можете использовать следующие новостные порталы в сети Интернет: www.finance.tut.by; rbk.ru; profeconomist.by.

Тема 7

МАРКЕТИНГ

Наименование профессии в русском языке

Словарь урока.

маркетинг деятельность прибыль конверсия стимуляция ремаркетинг: синхромаркетинг: демаркетинг: аппотация аудит дистриьютор	решать разрабатывать (-ся) исследовать задействовать направлять (-ся) зависеть.
--	--

Наименование профессии в русском языке

1. Название профессии, должности и рода деятельности используется в форме мужского рода: *секретарь Петрова, инженер Иванова.*
2. Названия профессий образуются от основ глаголов с помощью суффиксов, например, **-чик, -тель, -щик, -ник**: *руководитель, поставщик, работник.*
3. В качестве названия профессии используется субстантивированное имя прилагательное: *рабочий, учёный.*
4. Многие названия заимствованы из других языков: референт, менеджер, веб-программист, имиджмейкер, бухгалтер.

Запомните!

Официальные названия должности и профессии строятся по определённым моделям.

Модель 1. Прилагательное + существительное: *генеральный директор, ведущий инженер, научный сотрудник.*

Модель 2. Существительное + существительное: *помощник директора, заместитель начальника отдела, ассистент режиссёра.*

Модель 3. Существительное + прилагательное + существительное: *заместитель генерального директора.*

Модель 4. Существительное + предлог по+ существительное: *менеджер по продажам, агент по сбыту, мастер по ремонту.*

Задание 1. Образуйте названия лица (профессий) от следующих глаголов.

Замещать/заместить; представлять/представить; покупать; исполнять/исполнить; работать; оформлять/оформить; отправлять/отправить; занимать; закупать; получать/получить; посещать/посетить; предъявлять/предъявить; составлять; платить; составлять/составить.

Задание 2. Образуйте от данных существительных названия лица по профессии или роду занятий.

Политика, экономика, бизнес, бухгалтерия, промышленность, производство, банк менеджмент, поставка, маркетинг, фотография, живопись, таможня, коммерция, логистика, инспекция, консультация, перевод, предприятие, инвестиции, экспертиза, товароведение, аудит, финансы, социология, управление, страхование.

Задание 3. Прочитайте текст и скажите, что включает в себя маркетинг.

МАРКЕТИНГ

Маркетинг – это определенная деятельность, которая направлена на целесообразную, способную приносить прибыль работу предпринимателей с помощью обмена.

Чем занимается маркетинг? Маркетинг – это процесс, который включает в себя решение важных задач. Задачи можно выделить следующие:

- исследование отдельного сегмента рынка в плане целей;
- изучение спроса на определенный товар или услугу и размера этого спроса;
- изучение нужд и потребностей покупателей;
- определение наиболее выгодного поля деятельности на рынке;
- разработка планов создания и подачи определенных товаров и услуг определенной категории покупателей;
- воздействие на спрос покупателей через цену, товар, методы продвижения товара и способы его распределения;
- маркетинговый аудит — деятельность, которая направлена на объективную оценку результатов маркетинговой работы.

Маркетинг в наше время приобрел широкую популярность. Профессия маркетолога считается престижной. На данный момент можно выделить разные виды маркетинга.

Сетевой маркетинг

Среди видов маркетинга также можно выделить сетевой маркетинг, ныне очень популярный. Схема сетевого маркетинга по форме напоминает пирамиду, во главе которой — один человек, имеющий связь с несколькими. Те, в свою очередь, связаны еще с несколькими другими людьми, которые также имеют связи с новыми участниками. Размер такой «пирамиды» зависит от количества участников группы. Чем больше людей задействовано в группе, тем масштабнее маркетинг, который осуществляет эта группа.

Сетевой маркетинг также занимается реализацией и сбытом товаров и услуг, а члены сетевого маркетинга называются дистрибьюторами, каждый из которых имеет право на привлечение новых партнеров. Доход каждого из агентов зависит от количества комиссионных за реализацию товара, а также от всевозможных вознаграждений за сбыт продукции или привлечение новых партнеров.



Задание 4. Ответьте на вопросы по тексту.

1. Что такое маркетинг?
2. Чем занимается маркетинг?
3. Какие задачи решает маркетинг?
4. Что такое сетевой маркетинг?
5. От чего зависит доход агента в сетевом маркетинге?

Задание 5. От данных глаголов образуйте существительные.

Выделить, напоминать, предпринимать, исследовать, реализовать, привлечь, участвовать.

Задание 6. Составьте словосочетания, поставьте существительное в нужной форме.

Образец: виды (чего?) маркетинг – виды маркетинга.

Приносить (что?) прибыль; решение (чего?) задача, связь (с кем?) участники, количество (кого?) продукция, привлечение (кого?) партнеры, схема (чего?) маркетинг.

Задание 7. Письменно поставьте пять вопросов к тексту.

Задание 8. Составьте план текста. Подготовьтесь к сжатому пересказу.

Тема 8

ЛОГИСТИКА

Сложносокращённые слова; краткие прилагательные и причастия

Словарь урока.

господствовать, господство собственные нужды тормозить формирование денежной системы натуральное хозяйство разделение труда двойной обмен эквивалент ценность	транспортировка управлять распределять формировать (-ся) обладать
---	---

Задание 1. Напишите следующие сложносокращённые слова полностью.

Сбербанк, промкомбинат, лесхоз, Минздрав, профсоюз, райцентр, стройматериалы, законопроект, спецшкола, медпункт, интурист, оргкомитет, Минюст, Авиарейс, иномарка, зарплата.

Задание 2. Объясните, как вы понимаете значение данных словосочетаний:

- ввести комендантский час;
- назначить размер штрафа;
- направить законопроект;
- установить единые нормы;
- следить за соблюдением закона.

Задание 3. Прочитайте прилагательные и распределите их на две группы:

— характеризующие личные качества человека;

— характеризующие деловые качества человека.

Аккуратный, активный, бескорыстный, внимательный, деликатный, дисциплинированный, доброжелательный, добрый, дружелюбный, инициативный, настойчивый, надёжный, общительный, ответственный, приветливый, трудолюбивый, решительный, серьёзный, целеустремлённый, смелый, спокойный, энергичный, терпеливый, щедрый, честный.

Задание 4. Образуйте краткие причастия.

Занятый, установленный, улучшенный, уменьшенный, увеличенный, решённый, открытый, подтверждённый, принятый, рассмотренный, полученный.

Задание 5. Прочитайте текст и скажите, что является залогом успешной деятельности любой компании.

ЛОГИСТИКА

Количество организаций и предприятий в различных отраслях экономики растет с каждым годом. Залогом успешной деятельности любой компании является правильная организация транспортировки, то есть быстрота поставок. Обеспечить грамотное хранение и перемещение товарных ценностей может опытный **менеджер по логистике**.

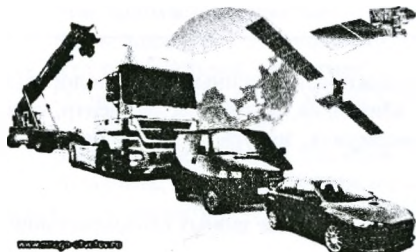
Что означает слово «логистика»?

Сегодня логистика стала частью любого бизнеса, хотя совсем недавно значение этого слова было многим неизвестно. **Логистикой** называется много-ступенчатый процесс, который управляет материальными и информационными потоками на производстве.

Логистика необходима для грамотного распределения сырья и готового товара. Под этим словом подразумевается организация и координация процессов закупок, транспортировки и хранения продукции.

Чем занимается логистика?

Основными задачами службы логистики являются обеспечение высокого уровня обслуживания потребителей и закупка необходимого для производства сырья. Инфраструктура предприятия может состоять из целого комплекса объектов. Объекты часто находятся на удаленном расстоянии друг от друга.



Менеджер по логистике занимается планированием маршрутов и устанавливает порядок грузоперевозок. В его обязанности входит подготовка необходимых документов для транспортировки, а также осуществление контроля над всеми перемещениями грузов. Он занимается страхованием товарных ценностей и подготовкой таможенных документов.

Менеджер по логистике на складе организует эффективную работу всех складских терминалов и комплексов. В его обязанности входит определение порядка размещения и хранения продукции, а также формирование четкой схемы обработки товарных и материальных ценностей.

Задание 7. Закончите предложения.

1. Логистикой называется...
2. Логистика необходима для...
3. Основными задачами службы логистики являются...
4. Транспортный логист занимается...

Задание 8. Составьте вопросный план к тексту.

Задание 9. Трансформируйте вопросный план в назывной.

Задание 10. Разделите текст на смысловые части. Выберите в каждой части главное предложение, сократив его и оставив самое главное. Сформулируйте основную мысль каждой части в одном-двух предложениях.

ЧАСТЬ 2

1. ОФОРМЛЕНИЕ ПИСЬМЕННОГО ОТЧЁТА

Письменный отчёт состоит из следующих частей:

- титульный лист (ПРИЛОЖЕНИЕ А);
- введение;
- тематический словарь;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников (ПРИЛОЖЕНИЕ Б);
- приложения.

ТИТУЛЬНЫЙ ЛИСТ

Титульный лист включает в себя название учреждения образования, факультета и кафедры; период прохождения практики; название специальности; фамилию, имя, отчество студента; сведения о руководителе, город и год (Приложение А).

ВВЕДЕНИЕ

Введение – вступительная, начальная часть отчета, в которой содержится информация о студенте; название предприятия, на котором студент проходил практику; цель и задачи языковой практики; виды работ, которые выполнил студент.

ТЕМАТИЧЕСКИЙ СЛОВАРЬ

Словарь должен быть представлен в виде таблицы, в которой перечислены основные лексические единицы и лексико-грамматические конструкции, усвоенные студентом на языковой практике.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Основная часть состоит из разделов, каждый из которых представляет собой результат обобщения собранного материала о предприятии, на котором студент проходил ознакомительные экскурсии.

При описании деятельности предприятия необходимо:

- 1) Представить общую характеристику предприятия:
 - историю создания, традиции;
 - охарактеризовать виды деятельности предприятия и отрасль народного хозяйства, в которой оно функционирует;
 - описать внешнюю и внутреннюю среду предприятия (основные конкуренты, поставщики, потребители, реклама).
- 2) Описать организационную структуру предприятия.
- 3) Описать производственный процесс выпуска одного из основных видов продукции или услуги.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключении логически последовательно излагаются теоретические и практические выводы, которые сделал студент в ходе ознакомительной практики. Выводы должны быть краткими и четкими.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Список использованных источников формируется в алфавитном порядке фамилий первых авторов и (или) заглавий. При написании работы студент обязан давать ссылки на источники и материалы, которые приводятся в работе. Такие ссылки дают возможность найти соответствующие источники, необходимую информацию об этом источнике, позволяют получить представление о его содержании, языке текста, объеме.

Ссылки в тексте на источники осуществляется путем приведения номера в соответствии с библиографическим списком. Номер источника по списку заключается в квадратные скобки. Содержание сведений об источниках должно соответствовать примерам в Приложении В.

ПРИЛОЖЕНИЯ

К приложениям следует относить вспомогательный материал, необходимый для полноты восприятия отчета, оценки его научной и практической значимости. В приложениях к отчету могут быть включены:

- схема организационной структуры организации;
- таблицы вспомогательных цифровых данных;
- иллюстрации вспомогательного характера и т.п.

Каждое приложение следует начинать с нового листа (страницы) с указанием в правом верхнем углу слова «ПРИЛОЖЕНИЕ», напечатанного прописными буквами. Приложение должно иметь содержательный заголовок, который размещается с новой строки по центру листа с прописной буквы.

Приложения обозначают заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, например: «ПРИЛОЖЕНИЕ А», «ПРИЛОЖЕНИЕ Б» и т.д.

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ ПИСЬМЕННОГО ОТЧЁТА

Отчет оформляют, соблюдая следующие требования и параметры:

- **печать документа** на белой бумаге формата А4 (210×297 мм) на одной стороне листа на русском языке с применением компьютерной технологии подготовки документов (MS Office Word);
 - **размеры полей** документа:
 - левое – 30 мм;
 - правое – 10 мм;
 - нижнее – 20 мм;
 - верхнее – 20 мм.
 - **междустрочный интервал** устанавливается полуторный;
 - **шрифт** – Times New Roman, размером 14 пунктов (14пт), цвет Авто.
 - **отступ абзацев** текста от границ полей документа слева и справа – нет, отступ первой строки абзаца – 1,25 см.
 - **выравнивание текста** документа – по ширине.
 - устанавливается **автоматическая расстановка переносов слов** в тексте, исключая заголовки.
 - **объем отчета** 10-15 страниц.
- Общие параметры заголовков:
- **шрифт** – Times New Roman, заголовки и разделов следует печатать заглавными (большими буквами) не выделяя их жирным или полужирным шрифтом, например «ВВЕДЕНИЕ», или «СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ».

- **междустрочный интервал** одинарный.
- **точка** в конце заголовков не ставится.
- **переносы слов** в заголовках не допускаются.
- заголовок не должен состоять из нескольких предложений.

Каждый раздел начинается с новой страницы. Название раздела пишется прописными буквами.

Нумерация страниц, разделов, подразделов, пунктов, подпунктов рисунков, таблиц, формул приложений осуществляется арабскими цифрами без знаков №.

2. ОФОРМЛЕНИЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ

Компьютерная презентация оформляется в программе Microsoft Power Point и содержит основную текстовую и наглядную информацию о предприятии.

Рекомендации по подготовке и проведению презентации

Оформление и создание слайдов

Стиль	<ul style="list-style-type: none"> • необходимо соблюдать единый стиль оформления; • нужно избегать стилей, которые будут отвлекать от самой презентации; • вспомогательная информация не должна преобладать над основной информацией.
Шрифт	<ul style="list-style-type: none"> • размер шрифта: 24–54 пункта (заголовок), 18–36 пунктов (обычный текст); • правильный выбор шрифта, такого как Helvetica или Arial, способствует более быстрому пониманию смысла сообщения.
Использование цвета	<ul style="list-style-type: none"> • на одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста; • рекомендуется делать фон слайдов неярким и равномерным; • для фона и текста используются контрастные цвета. Если фон синий, то цвет шрифта белый или желтый.
Анимационные эффекты	<ul style="list-style-type: none"> • нужно использовать возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде; • не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами; анимационные эффекты не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде
Расположение информации на странице	<ul style="list-style-type: none"> • поддерживайте четкую структуру текста, используя точки-маркеры или короткие предложения; • делайте ясные надписи на диаграммах и графиках; • используйте графические изображения, улучшающие восприятие, но не следует перегружать слайд графикой; • предпочтительно горизонтальное расположение информации; • наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.

Проведение презентации

Продумайте начало презентации, её вступительную часть.	Формирование положительного эмоционального фона, официальное приветствие, краткое изложение содержания презентации.
Не читайте текст презентации.	Отрепетируйте показ презентации, чтобы излагать мысль, опираясь на точки-маркеры. Текст в презентации должен быть ключом к словам докладчика, а не совпадать с тем, что сообщается аудитории.
Следите за временем.	Если для презентации выделено определенное время, постарайтесь уложиться в этот временной отрезок. Если время презентации не ограничено, не затягивайте ее, чтобы удержать внимание аудитории.
Обращайте внимание на поведение аудитории.	В ходе презентации следите за поведением аудитории. Если внимание аудитории сосредоточено на слайдах, это может означать, что слайды содержат слишком много информации или отвлекают внимание по другой причине.
Будьте готовы внимательно выслушать и ответить на вопросы после презентации	Аудитория может высказать свои предпочтения, сомнения и комментарии. Будьте готовы внимательно выслушать оппонента и попытайтесь отстоять свою точку зрения с помощью заранее подготовленных аргументов или доводов.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Учреждение образования
«Брестский государственный технический университет»

Экономический факультет

Кафедра белорусского и русского языков

ОТЧЕТ

по учебной практике (языковой)

(2014–2015 уч.г.)

Выполнил
студент

(подпись, дата)

Студент
ФИО

Группа

Отчет защищен

(оценка)

(подпись руководителя
практики)

Преподаватель
ФИО

(дата)

БРЕСТ 2015

Образцы оформления библиографического описания в списке источников

Характеристика источника	Пример оформления
Один, два или три автора	Дробышевский, Н. П. Ревизия и аудит : учеб.-метод. пособие / Н.П. Дробышевский. – Минск : Амалфея : Мисанта, 2013. – 415 с. Гринин, Л. Е. Социальная макроэволюция: генезис и трансформации Мир-Системы / Л. Е. Гринин, А. В. Коротаев. – Изд. 3-е. – М. : Либроком, 2013. – 567 с.
Четыре и более авторов	Инвестиции: системный анализ и управление / К. В. Балдин [и др.] ; под ред. К. В. Балдина. – 4-е изд., испр. – М. : Дашков и К°, 2013. – 287 с.
Коллективный автор	Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г. / Нац. комис. по устойчивому развитию Респ. Беларусь ; редкол.: Л. М. Александрович [и др.]. – Минск : Юнипак, 2004. – 202 с.
Сборник статей, трудов	Инновационное развитие общества в условиях интеграции правовых систем : сб. науч. ст. / Гродн. гос. ун-т ; редкол.: Н. В. Сильченко (гл. ред.) [и др.]. – Гродно : ГрГМУ, 2013. – 454 с.
Материалы конференций	Информационные технологии и управление : материалы 49 науч. конф. аспирантов, магистрантов и студентов, Минск, 6–10 мая 2013 г. / Беларус. гос. ун-т информатики и радиоэлектроники ; редкол.: Л. Ю. Шилин [и др.]. – Минск : БГУИР, 2013. – 103 с.
Учебно-методические материалы	Агапов, Е. П. Методы исследования в социальной работе : учеб. пособие / Е. П. Агапов. – 2-е изд. – М. : Дашков и К° ; Ростов н/Д : Наука-Спектр, 2013. – 223 с.
Архивные материалы	Государственный архив Гродненской области (ГАГр). – Ф. 125. Оп. 2. Д. 223–228.
Электронные ресурсы удалённого доступа	Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Режим доступа: http://www.pravo.by . – Дата доступа: 20.02.2014. Reforming the United Nations for peace and security [Electronic resource] : proc. of a workshop to analyze the rep. of the High-level Panel on Threats, Challenges, a. Change / Yale Center for the Study of Globalization. – New Haven : Yale Center for the Study of Globalization, 2005. – Mode of access: http://www.ycsg.yale.edu/core/forms/Reforming_un.pdf . – Date of access: 20.02.2014.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дворкина, Е. А. Экономическая теория : учебное пособие по языку специальности / Е. А. Дворкина. – СПб. : Златоуст, 2012. – 400 с.
2. Котане, Л. В. Русский язык для делового общения: учебное пособие / Л. В. Котане. – СПб. : Златоуст, 2014. – 180 с.
3. Кухаревич, Н. Е. Я читаю и говорю по-русски. Средний этап / Н. Е. Кухаревич, М. Б. Будильцева, Н. И. Киселева. – Изд. 4-е – М. : Русский язык, 2004. – 128 с.
4. Лариохина, Н. М. Практический курс русского языка для иностранных учащихся. Продвинутый этап: учебное пособие / Н. М. Лариохина. – М. : МГУ им. Ломоносова, 1997. – Ч. 1. – 216 с.
5. Лариохина, Н. М. Практический курс русского языка для иностранных учащихся. Продвинутый этап: учебное пособие / Н. М. Лариохина. – М. : МГУ им. Ломоносова, 1997. – Ч. 2. – 216 с.
6. Мотовилова, О. Г. Русский язык: быстро и эффективно / О. Г. Мотовилова, Н. В. Мошинская. – М. : А.П.О., 1993. – Кн. 2. – 178 с.
7. Радчук, А. П. Методические рекомендации по использованию визуальных вспомогательных средств в учебном процессе и при проведении научных мероприятий / А. П. Радчук, Н. П. Четырбок. – Брест: БрГТУ, 2011. – 21 с.
8. Стамбулян, И. М. Пособие по русскому языку для студентов-иностранцев, изучающих экономическую теорию (политэкономия) / И.М. Стамбулян, Н. Г. Шабалина. – Изд. 2-е – М. : Изд-во РУДН, 2001. – Ч. 2. – 241 с.
9. Филатова, Е. А. Русский язык для экономистов: учебное пособие для иностранных учащихся первого курса экономических вузов и факультетов России / Е. А. Филатова, И. С. Черенкова, О. В. Луценко. – М. : Русский язык. Курсы, 2007. – 176 с.

Учебное издание

Составитель:

*Будник Ольга Александровна
Войтович Кристина Александровна*

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

ПО ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ЯЗЫКОВОЙ ПРАКТИКЕ

для иностранных студентов 1 курса
экономического факультета специальностей:

1-26 02 05 «Логистика»; 1-26 02 03 «Маркетинг»

Ответственный за выпуск: Будник О.А.

Редактор: Боровикова Е.А.

Компьютерная вёрстка: Боровикова Е.А.

Корректор: Будник О.А.

Подписано в печать 14.01.2015 г. Формат 60x84 ¹/₁₆. Бумага «Performer».
Гарнитура «Times New Roman». Усл. печ. л. 2,33. Уч. изд. л. 2,5. Заказ № 1252. Тираж 50 экз.

Отпечатано на ризографе учреждения образования
«Брестский государственный технический университет».
224017, г. Брест, ул. Московская, 267.
