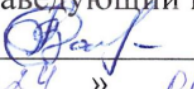


Учреждение образования
«Брестский государственный технический университет»
Факультет экономический

Кафедра лингвистических дисциплин и межкультурных коммуникаций

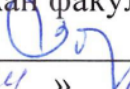
СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой

 В.И. Рахуба
«24» 06 2025 г.

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета

 В.В. Зазерская
«24» 06 2025 г.

**ЭЛЕКТРОННЫЙ
УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС**
по учебной дисциплине
ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК
(АНГЛИЙСКИЙ, ФРАНЦУЗСКИЙ)

для специальности
6-05-0412-03 Логистика

Составители: старший преподаватель, м.ф.н. Войтович К.А., старший преподаватель, м.п.н. Копчак Е.В.

Рассмотрено и утверждено на заседании Научно-методического совета университета 26.06.2025 г., протокол № 4

рек. к УМК 24/25-269

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
к электронному учебно-методическому комплексу
по учебной дисциплине «Деловой иностранный язык (английский,
французский)»
для специальности
6-05-0412-03 Логистика

Актуальность изучения дисциплины

Иностранный язык в современном поликультурном и многоязычном мире является особенно значимым и востребованным в практической и интеллектуальной деятельности специалиста. В современных условиях обществу требуются специалисты, обладающие креативным мышлением, способные к импровизации, к выработке нетрадиционных решений в проблемных ситуациях. Бизнес – это жесткая и конкурентная среда, которая не прощает ошибок, поэтому на современном этапе своего развития рынок труда требует от людей, желающих сделать карьеру в сфере бизнеса, экономики и финансов, знаний и навыков, часто весьма далеких от стандартного знания иностранного языка. Для решения данной задачи в большинстве высших учебных заведений Республики Беларусь обучение будущих специалистов в сфере бизнеса, экономики и финансов иностранному языку базируется на двух ключевых элементах: базовый курс и деловой иностранный язык.

Цель и задачи дисциплины

Главная цель обучения деловому иностранному языку заключается в формировании иноязычной коммуникативной компетенции будущего специалиста, позволяющей использовать иностранный язык как средство межличностного и профессионального общения, для проведения переговоров с зарубежными партнерами, овладения ключевыми навыками ведения деловой корреспонденции на иностранном языке, а также навыками самопрезентации будущим работодателям (грамотное составление резюме и сопроводительных писем).

В качестве стратегической интегративной компетенции в процессе обучения иностранным языкам выступает коммуникативная компетенция в единстве всех составляющих: языковой, речевой, социокультурной, компенсаторной, учебно-познавательной компетенций.

Курс «Деловой иностранный язык (английский, французский)» носит предельно коммуникативно-ориентированный и профессионально-направленный характер. Его задачи заключаются в следующем:

- сформировать у студентов умения понимать высказывания в условиях нормального темпа речи при различных особенностях произношения и условиях восприятия речи;
- развить у студентов умения устанавливать и поддерживать контакт с собеседниками; сообщать, запрашивать или уточнять информацию; логично и аргументированно выражать свое мнение и отношение к предмету обсуждения в соответствии с конкретной ситуацией профессионально-делового общения;
- расширить страноведческий кругозор студентов; повысить уровень их общей языковой культуры общения и речи;
- совершенствовать навыки самостоятельной работы с иноязычной информацией.

В результате изучения дисциплины «Иностранный язык» студент должен: знать:

- лексический минимум, необходимый для эффективного общения в академической и профессиональной среде, терминологию в рамках своей специальности;

- основные грамматические явления, характерные для устной и письменной профессиональной речи;

- основные особенности научного и делового стиля;

- правила речевого этикета при общении в профессиональной среде;

уметь:

- поддерживать разговор на профессиональную тему с носителем языка;

- аргументированно выразить свою точку зрения по проблемным вопросам на английском языке;

- участвовать в диалоге, дискуссии на профессиональные и общие темы с носителями языка;

- ввести переговоры на английском языке, грамотно отстаивать свою точку зрения;

владеть:

- навыками общения на английском языке в профессиональной среде с учетом межкультурных различий;

- навыками письменной речи на английском языке, относящейся к официальному и полуофициальному стилям;

- умением получать профессиональную информацию путем чтения специальной литературы на английском языке.

Краткое описание электронного учебно-методического комплекса (для кого предназначен, на основании каких документов разработан)

Электронный учебно-методический комплекс предназначен для студентов специальности 6-05-0412-03 Логистика дневной формы обучения.

ЭУМК разработан в соответствии со следующими документами:

1. Требованиями кодекса Республики Беларусь «Об образовании» от 13.01.2011г. № 243-3 (с дополнениями и изменениями).

2. Положением об учебно-методическом комплексе на уровне высшего образования, утвержденным Постановлением Министерства образования Республики Беларусь № 427 от 08.11.2022 г. «Об утверждении положений об учебно-методических комплексах».

3. Учебными программами по дисциплине «Деловой иностранный язык (английский)», утвержденной 28.06.2024, регистрационный номер № УД-24-1-209/уч.; «Деловой иностранный язык (французский)», утвержденной 15.01.2025, регистрационный номер № УД-24-2-069/уч.

Цели ЭУМК

Основной целью ЭУМК является повышение исходного уровня владения иностранным языком и формирование у обучающихся иноязычных компетенций, позволяющих им решать социально-коммуникативные задачи в деловой сфере.

Содержание и объем ЭУМК полностью соответствуют образовательным стандартам высшего образования специальности 6-05-0412-03 Логистика, а также учебно-программной документации образовательных программ высшего образования. Материал представлен на требуемом методическом уровне и адаптирован к современным образовательным технологиям.

УМК разработан в электронном виде.

Структура учебно-методического комплекса по дисциплине «Иностранный язык»:

Теоретический раздел ЭУМК представлен методическими рекомендациями по изучению дисциплины и отдельных ее тем, а также по организации управляемой самостоятельной работы студентов.

Практический раздел ЭУМК содержит методические материалы к практическим занятиям, аутентичные тесты и материалы по изучаемым темам.

Раздел контроля знаний ЭУМК содержит перечень материалов для самостоятельного изучения студентами, вопросы к зачету, образцы тестов.

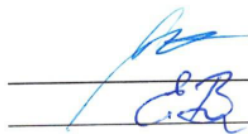
Вспомогательный раздел ЭУМК включает учебную программу по дисциплине «Иностранный язык».

Краткий паспорт дисциплины

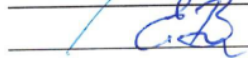
	Логистика
	семестр
	4
Практические (семинарские) занятия (часов)	48
Зачет (+/-)	+
Экзамен (+/-)	—

Составители ЭУМК:

« 10 » мая 2025 г.



К.А. Войтович



Е.В. Копчак

ПЕРЕЧЕНЬ МАТЕРИАЛОВ В УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОМ КОМПЛЕКСЕ

Электронный учебно-методический комплекс содержит:

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1. Методические рекомендации по изучению дисциплины

1.2. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов

2. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

2.1. Материалы для практических занятий по дисциплине

2.1.1. АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

2.1.2. ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК

3. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

3.1. Виды контроля

3.1.1. Текущий контроль

3.1.2. Рубежный контроль

3.1.3. Текущая и промежуточная аттестация

3.1.4. Итоговый контроль

3.2. Тесты и контрольные работы

3.2.1. АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

3.2.2. ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК

3.3. Критерии оценивания работы студентов

4. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ

4.1. Словари

4.1.1. АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

4.1.2. ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК

4.2. Учебная программа дисциплины

4.2.1. АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

4.2.2. ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью практического курса «Деловой иностранный язык (английский, французский)» является формирование и развитие профессиональной коммуникативной компетенции, позволяющей осуществлять коммуникативную деятельность на иностранном языке в профессиональной сфере общения и развитие лингвистической компетенции, включающей в себя знание и владение стандартными лексическими средствами и грамматическими структурами, присущими языку деловой сферы.

Учебный план дисциплины «Деловой иностранный язык (английский, французский)» предусматривает практические занятия в аудитории (под руководством преподавателя) и вне учебной аудитории (самостоятельную работу студентов с последующим контролем преподавателя) на протяжении одного семестра на 2 курсе.

В своей концепции учебный курс опирается на разработанные Советом Европы «Общеввропейские компетенции владения иностранным языком».

Данный курс предусматривает наличие навыков самостоятельного владения иностранным языком В1 (Пороговый уровень). Исходя из целей и задач обучения, формулируются конечные требования к уровню знаний и умений по отдельным видам речевой деятельности и языковым аспектам на 2 курсе.

Основной целью курса является закрепление на Пороговом уровне самостоятельного владения иностранным языком В1 и достижение уровня прогресса В2 с элементами уровня профессионального владения. Курс направлен на практическое овладение навыками аудирования, понимание письменного текста, диалогической и монологической речи в деловой сфере, а также продуктивное овладение грамматическим материалом в рамках изучаемых лексических тем.

Требования к итоговым умениям и навыкам на уровне В1:

Понимание	Аудирование	Понимание основных положений четко произнесенных высказываний в пределах литературной нормы на базе изученных тем. Понимание общего содержания адаптированных радио- и телепрограмм о текущих событиях, а также передач, связанных с личными или профессиональными интересами.
	Чтение	Понимание текстов, построенных на частотном языковом материале повседневного и профессионального общения. Понимание описаний событий, чувств, намерений в письмах личного характера.
Говорение	Диалог	Умение общаться в большинстве ситуаций, возникающих во время пребывания в стране изучаемого языка. Участие (без предварительной подготовки) в диалогах на базе изученных тем.
	Монолог	Умение строить простые связные высказывания о личных впечатлениях, событиях, мечтах, надеждах и желаниях.

		Умение кратко обосновать и объяснить свои взгляды и намерения, рассказать историю или изложить сюжет книги или фильма и выразить к этому свое отношение.
Письмо	Письмо	Умение писать простые связные тексты на изученные темы, письма личного характера.

Требования к итоговым умениям и навыкам на уровне B2:

Понимание	Аудирование	Понимание развернутых докладов и лекций и содержащихся в них даже сложной аргументации, если тематика этих выступлений достаточно знакома. Понимание почти всех новостей и репортажей о текущих событиях. Понимание содержания большинства фильмов, если их герои говорят на литературном языке.
	Чтение	Понимание статьи и сообщения по современной проблематике, авторы которых занимают особую позицию или высказывают особую точку зрения. Понимание современной художественной прозы.
Говорение	Диалог	Умение без подготовки довольно свободно участвовать в диалогах с носителями изучаемого языка. Умение принимать активное участие в дискуссии по знакомой проблеме, обосновывать и отстаивать свою точку зрения.
	Монолог	Умение понятно и обстоятельно высказываться по широкому кругу вопросов. Умение объяснить свою точку зрения по актуальной проблеме, высказывая все аргументы «за» и «против».
Письмо	Письмо	Умение писать понятные подробные сообщения по широкому кругу вопросов. Умение писать эссе или доклады, освещая вопросы или аргументируя точку зрения «за» или «против». Умение писать письма, выделяя те события и впечатления, которые являются для меня особо важными.

С целью формирования навыков аудирования на иностранном языке согласно вышеприведенной шкале уровней для самооценки, опубликованной в официальной брошюре Совета Европы, рекомендуется выполнить следующие упражнения:

Прослушайте текст, постарайтесь понять его содержание, разделите на смысловые части и дайте заголовки к каждой части.

Прослушайте текст, составьте план.

Прослушайте начало текста, дайте свой вариант того, как могут развиваться события в тексте дальше и т. д.

Прослушайте предложение и определите значение нового слова по контексту (словообразовательным элементам, на основе знания одного из значений, по этимологии, звукоподражательным элементам).

Установите на слух тождество в парах слов.

Прослушайте предложения и постарайтесь понять их смысл, не обращая внимания на определения, выраженные незнакомыми словами.

Прослушайте омонимы в предложениях и определите их значения.

Прослушайте синонимы в предложениях и определите их значения.

Прослушайте исходные предложения и различные варианты их лексико-грамматического перефразирования, определите выраженную в них мысль.

Прослушайте ряд предложений и обратите внимание на то, что они отличаются друг от друга только одним новым словом в одной и той же позиции. Установите смысл этих предложений.

В списке слов отметьте те, которые вы слышали в предложениях. Назовите их вслух.

В списке русских слов отметьте очередность воспринятых на слух иноязычных эквивалентов.

Прослушайте омонимы и найдите в списке соответствующие им слова на родном языке.

Прослушайте предложения на иностранном языке, укажите лексические ошибки, допущенные в процессе их перевода на русский язык. (Текст русских предложений прилагается).

Прослушайте предложения, произнесенные в быстром темпе, и запишите их. Затем проверьте правильность своих записей при более медленном чтении предложений диктором.

Прослушайте предложения, произнесенные диктором в быстром темпе, и переведите их на родной язык. При повторном (таком же быстром или более медленном) прослушивании исправьте ошибки в переводе.

Отметьте в списке синонимы или антонимы слов, которые вы слышали в произнесенных диктором предложениях.

Прослушайте рекламный ролик о компании, выделите основные направления работы.

Прослушайте презентацию работы компании, запишите основные цифры, приведенные в отчёте.

С целью формирования навыков диалогической речи на иностранном языке рекомендуется выполнить следующие упражнения:

Подготовьте набор ключевых слов и словосочетаний, уместных в большинстве типичных ситуаций, которые могут быть при поездке в страну изучаемого языка.

Составьте на основе этого материала свои реплики разных типов (побуждения, реагирования) и организуйте их в микродиалоги, реализующие различные языковые намерения.

Составьте диалог по одной теме, но для разных ситуаций общения.

Составьте тематический диалог из микродиалогов с добавлением необходимых объединяющих реплик.

Подберите картинки/фотографии к интересующей вас ситуации общения и составьте к ним микродиалоги.

Составьте диалог по прочитанному тексту.

Подумайте, с какими сложностями вы можете столкнуться в различных ситуациях, которые могут быть при поездке в страну изучаемого языка, и составьте микродиалоги, позволяющие их решить.

Составьте вопросы для кандидата на должность сотрудника вашей компании.

Проведите собеседование с кандидатом на должность в вашей компании.

С целью формирования навыков монологического высказывания на иностранном языке рекомендуется выполнить следующие упражнения:

Подготовьте или воспользуйтесь готовыми списками выражений отношения (нравиться, разочарование, предпочтение, волнения и т.п.), интереса.

Определите ряд событий в тексте или фильме, которые оказались для вас эмоционально значимыми. Выразите свое отношение к ним, используя соответствующие фразы-клише.

Практикуйте использование этих фраз, до тех пор, пока подбор соответствующего слова для выражения ваших эмоций не перестанет вызывать затруднения.

Подготовьте список союзов и выражений, объясняющих вашу точку зрения.

Подготовьте простые предложения, выражающие ваш интерес к некоторому явлению и простые предложения, объясняющие этот интерес. Объедините их в одно сложное предложение.

Составьте презентацию работы вашего отдела компании за определённый период.

С целью формирования навыков чтения на иностранном языке рекомендуется выполнить следующие упражнения:

Прочтите текст, разделите его на смысловые части, подберите названия к каждой из них.

Повторно прочтите текст и перечислите вопросы, освещаемые в нем.

Соедините простые предложения с помощью подчинительных союзов.

Определите и изучите новые грамматические явления в тексте.

Прочтите предложения и найдите в них многозначные слова. Укажите новые для вас значения этих слов.

Переведите авторскую прямую речь в косвенную.

Составьте предложения из самостоятельно выбранных ключевых фраз.

Прочитайте рекламную брошюру и выделите те лексические единицы, которые характеризуют компанию и т.д.

С целью формирования навыков письма на иностранном языке рекомендуется выполнить следующие упражнения:

Подготовьте набор ключевых слов и словосочетаний, уместных в большинстве типичных писем личного характера.

Подготовьте список союзов и выражений, объясняющих вашу точку зрения.

Подготовьте простые предложения, выражающие ваш интерес к некоторому явлению и простые предложения, объясняющие этот интерес. Объедините их в одно сложное предложение.

Составьте план простого письма-благодарности, запроса.

Подберите фразы для формального и неформального начала и завершения письма.

Составьте резюме и сопроводительное письмо.

Составьте письмо-запрос, письмо-предложение, письмо-заказ, письмо-жалобу и т.д.

1.2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Студент в процессе обучения должен не только освоить учебную программу, но и приобрести навыки самостоятельной работы, которая способствует развитию ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня, поскольку студент должен уметь планировать и выполнять свою работу.

Самостоятельная работа студентов является одной из основных форм аудиторной и внеаудиторной работы при реализации учебных планов и программ. Самостоятельная работа определяется как индивидуальная или коллективная учебная деятельность, осуществляемая без непосредственного участия педагога, но по его заданиям и под его контролем.

При определении содержания самостоятельной работы студентов учитывается уровень самостоятельности абитуриентов и требования к уровню самостоятельности выпускников для того, чтобы за период обучения искомый уровень был достигнут.

Для организации самостоятельной работы необходимы следующие условия:

- готовность студентов к самостоятельному труду;
- наличие и доступность необходимого учебно-методического и справочного материала;
- консультационная помощь.

Формы самостоятельной работы студентов определяются при разработке рабочих программ учебных дисциплин содержанием учебной дисциплины, учитывая степень подготовленности студентов.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы являются:

Для овладения знаниями:

- чтение текста (учебника, дополнительной литературы), составление плана текста, графическое изображение структуры текста, конспектирование текста, выписки из текста, работа со словарями и справочниками, ознакомление с нормативными документами, учебно-исследовательская работа, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.

Для закрепления и систематизации знаний:

- работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом (учебника, дополнительной литературы, аудио и видеозаписей, составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, заполнение рабочей тетради, аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ и др),
- подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на семинаре (конференции), подготовка реферата, составление библиографии, тематических кроссвордов, тестирование и др.

Для формирования навыков и развития умений:

- решение задач и упражнений по образцу, решение вариативных задач, решение ситуационных (профессиональных) задач, подготовка к деловым играм,

проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности, рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.

Таким образом, самостоятельная работа всегда завершается какими-либо результатами. Это выполненные задания, упражнения, решенные задачи, написанные сочинения, заполненные таблицы, построенные графики, подготовленные ответы на вопросы.

Цели и задачи.

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. Данный учебно-методический материал ориентирован на достижение главной цели: повышение результативности самостоятельной работы студентов, развитие способности к самостоятельному получению знаний, освоению коммуникативных компетенций по учебной дисциплине «Деловой иностранный язык (английский, французский)».

В ходе выполнения самостоятельной работы студент научится активно, целенаправленно приобретать новые знания и развивать коммуникативные умения без прямого участия в этом процессе преподавателей; самостоятельно анализировать современные учебно-методические материалы; закреплять пройденный материал посредством анализа, сравнения, обсуждения и описания реалий согласно тематике.

Указанная цель требует реализации ряда задач, таких как:

- приобретение конкретных знаний, формирование навыков и развитие речевых умений по иностранному языку, в соответствии с темами, заявленными в учебной программе дисциплины;
- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся;
- развитие познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений;
- реализация универсальных учебных действий с использованием информационно-коммуникационных технологий.

Информация, полученная в результате самостоятельного изучения обозначенного материала, будет необходима для написания реферата, сочинения, подготовки презентации, более продуктивной работы на практических занятиях, а также успешного прохождения всех этапов контроля знаний. Помимо анализа библиографического списка литературы, поощряется самостоятельное нахождение и изучение дополнительной литературы и электронных источников.

При этом целями и задачами самостоятельной аудиторной работы по дисциплине «Деловой иностранный язык (английский, французский)» являются:

- методическая помощь студентам при изучении дисциплины по темам, выносимым на самостоятельное изучение;

- активизация употребления профессиональной лексики в речи студентов, связанной с конкретными специальностями;
- обучение логичному и последовательному изложению своих мыслей в соответствии с предложенной ситуацией, максимально приближенной к реальной жизни, и в пределах освоенного лексико-грамматического материала;
- применение сформированных навыков при работе с аутентичными материалами;
- развитие творческих способностей студентов, активизация мыслительной деятельности, повышение положительной мотивации к изучению иностранного языка;
- отработка навыков работы со специальными тематическими словарями, с научными справочными пособиями, а также навыков реферирования;
- оказание методической помощи при написании рефератов, сочинений.

Цели и задачи внеаудиторной самостоятельной работы студентов:

- закрепление, углубление, расширение и систематизация знаний, полученных во время занятий;
- самостоятельность в овладении новым учебным материалом;
- формирование навыков самостоятельного умственного труда;
- овладение различными формами самоконтроля;
- развитие самостоятельности мышления;
- развитие коммуникативных умений в сфере профессионального общения;
- воспитание способности к самоорганизации, творчеству.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, степени развития умений студентов.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине. Используется устная, письменная и смешанная формы контроля.

По дисциплине «Деловой иностранный язык (английский, французский)» практикуются следующие виды и формы самостоятельной работы студентов:

- подготовка к практическим занятиям;
- подготовка к контрольным работам, аттестации, зачету;
- отработка изучаемого материала по печатным и электронным источникам;
- выполнение контрольных, самостоятельных работ;
- тестирование в учебных компьютерных классах по материалам, разработанным преподавателем;
- индивидуальные исследовательские задания (подготовка кратких сообщений, докладов, рефератов и др.);
- подготовка к участию в научно-практических конференциях;
- подготовка и оформление мультимедийных презентаций в соответствии с учебными разделами и темами, а также слайдового оформления и видеосопровождения докладов;
- написание сочинений;
- самостоятельное составление заданий (кроссвордов, викторин, контрольных упражнений) по изучаемой теме;
- работа над выполнением наглядных пособий (схем, таблиц, коллажей);
- проектная работа (подготовка деловой игры; портфолио).

Рекомендации по выполнению самостоятельной работы:

Изучение теоретического материала.

Изучение тематических текстов на иностранном языке, лексических и грамматических комментариев к ним, а также указанной в библиографии литературы и интернет-ресурсов с целью расширения знаний по той или иной теме необходимо осуществлять с учетом следующих пунктов:

- прежде чем приступить к работе, требуется четко определить цели задания, что поможет осуществить самоконтроль в конце работы;
- ход работы проводить «пошагово» и не приступать к следующему пункту, не пройдя предыдущий;
- при работе с литературными источниками выделять главное, обращая особое внимание на классический иностранный язык;
- в конце работы проверить достигнута ли цель и сколько времени потребовалось для её достижения.

В зависимости от цели просмотрового чтения и степени полноты извлечения информации выделяют четыре подвида просмотрового чтения:

1. Конспективное – для выделения основных мыслей. Оно заключается в восприятии только наиболее значимых смысловых единиц текста, составляющих логикофактологическую цепочку.

2. Реферативное – для выделения основных мыслей. При этом читающего интересует только самое основное в содержании материала, все подробности опускаются как несущественные для понимания главного.

3. Обзорное – для определения существа сообщаемого. Оно направлено на выделение главной мысли текста, причем задачи сводятся в основном к ее обнаружению на основе структурно-смысловой организации текста. Понимание главной мысли, выраженной имплицитно, в данном случае практически невозможно. Интерпретация прочитанного ограничивается вынесением самой общей оценки содержанию и определением соответствия текста интересам студентов.

4. Ориентировочное – для установления наличия в тексте информации, представляющей для читающего интерес или относящееся к определенной проблеме. Основная задача читающего – установить, относится ли данный материал к интересующей его теме.

Грамматический анализ непонятных предложений текста на иностранном языке. Бегло просмотрите текст и постарайтесь понять, о чем идет речь.

При вторичном прочтении определите тип непонятого предложения и функции всех его составляющих по внешним признакам.

При наличии сложносочиненного или сложноподчиненного предложения разделяйте его по формальным признакам на самостоятельные и придаточные, выделяйте инфинитивные, причастные и деепричастные обороты.

Если в предложении есть служебные слова, используйте их для членения предложения на смысловые группы.

В каждом отдельном предложении сначала находите сказуемое или группу сказуемого, затем подлежащее или группу подлежащего. Если значение этих слов неизвестно, обращайтесь к словарю.

Глагол-сказуемое обычно стоит на втором месте. Сказуемое можно найти по:

- по личным местоимениям;
- по вспомогательным и модальным глаголам в личной форме;
- по неправильным глаголам;
- по суффиксам.

Помните, что существительные употребляются в функции подлежащих только без предлогов.

Найдя подлежащее и сказуемое, проверьте, согласуются ли они в лице и числе.

Поняв значение главных членов, выявляйте последовательно второстепенные члены предложения, сначала в группе сказуемого, а затем в группе подлежащего.

Если предложение длинное, определите слова и группы слов, которые можно временно опустить для выяснения основного содержания предложения. Не ищите сразу в словаре все незнакомые слова, а заменяйте их вначале неопределенными местоимениями и наречиями (кто-то, какой-то, как-то, где-то и др.).

Внимательно присмотритесь к словам, имеющим знакомые вам корни, суффиксы, приставки. Попробуйте установить значение этих слов. При этом обратите внимание на то, какой частью речи являются такие слова, а затем подбирайте соответствующий русский эквивалент.

Слова, оставшиеся непонятными, ищите в словаре, соотнося их значение с контекстом.

Подготовка доклада.

Требование к студентам по подготовке и презентации доклада.

Доклад – это сообщение с целью обобщить знания по заданной теме, систематизировать материал, проиллюстрировать примерами, сформировать навыки самостоятельной работы с научной литературой и прессой, познавательный интерес к научному познанию.

Студент в ходе презентации доклада отрабатывает умение самостоятельно обобщить материал и сделать выводы в заключении, свободно ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей. Работа студента над докладом-презентацией включает отработку у него навыков ораторского искусства и развитие умений организовывать и проводить диспут.

Тема доклада должна быть согласована с преподавателем и соответствовать теме занятия. Докладом также может стать презентация реферата студента, соответствующая теме занятия. Материалы при его подготовке должны соответствовать научно-методическим требованиям ВУЗа и быть указаны в докладе. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными.

Студент обязан подготовить сообщение и выступить с докладом в строго отведенное преподавателем время, и в указанный им срок. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания.

Инструкция докладчикам и содокладчикам.

Докладчики и содокладчики – основные действующие лица. Они во многом определяют содержание, стиль и динамичность данного занятия. Действующие лица должны:

- уметь сообщать новую информацию;
- использовать технические средства;
- знать и хорошо ориентироваться в теме всей презентации (семинара);
- уметь дискутировать и быстро отвечать на вопросы;
- четко выполнять установленный регламент: докладчик – от 10 мин.; содокладчик – 5 мин.; дискуссия – 10 мин;
- иметь представление о композиционной структуре доклада.

Необходимо помнить, что выступление состоит из трех частей: вступление, основная часть и заключение.

Рекомендуется составить тезисы для беседы или устного сообщения в заданной ситуации общения. Эффективно также составить список вопросов для обсуждения с воображаемым или реальным собеседником.

Написание реферата.

Тема реферата предлагается преподавателем в соответствии с изучаемым материалом.

Объем текстовой части реферата (не считая титульного листа, содержания, списка литературы) должен составлять 5–8 листов формата А4 (шрифт: Times New Roman, кегль 14, междустрочный интервал полуторный, поля стандартные: верхнее – 2 см, нижнее – 2 см, левое – 3 см, правое – 1,5 см).

Обязательные части реферата: титульный лист, текстовая часть и список литературы (не менее 4 наименований). Вступление, основная часть и заключение также являются необходимыми блоками реферата.

Написание сочинений.

Тема сочинения предлагается преподавателем в соответствии с изучаемым разделом; также допускается написание сочинения по теме, сформулированной самостоятельно, но в таком случае необходимо ее согласование с преподавателем. Объем сочинения должен составлять 240–280 слов. Сочинение сдается в указанный в графике срок.

Требования к оформлению.

Сочинение сдается на листе бумаги или в специально заведенной для этой цели тонкой тетради (не толще 48 листов), в рукописном или распечатанном виде. Сочинение оформляется произвольно; обязательно только указание темы сочинения.

Инструкция по подготовке сочинения.

Разделите текст на смысловые абзацы в соответствии с предложенным в задании планом.

В первом абзаце сформулируйте проблему, которую вы будете обсуждать, однако не повторяйте тему сочинения слово в слово. Представьте, что ваш читатель не знает, о чем пойдет речь, и попытайтесь объяснить ему проблему другими словами.

Выделите положительные и отрицательные стороны проблемы, подумайте о разумных аргументах, в поддержку обеих точек зрения. Помните, что вы должны выразить не только свою точку зрения, но и противоположную. Также не забудьте объяснить, почему вы не согласны с другой точкой зрения.

Старайтесь соблюдать баланс между абзацами. Используйте слова-связки, чтобы помочь читателю проследить за логикой ваших рассуждений.

В последнем абзаце сделайте обобщающий вывод по данной проблеме. Вы можете также окончательно сформулировать свое мнение или предложить пути решения данной проблемы.

Написание письма.

В процессе профессионального общения написание писем является одной из наиболее часто встречающихся задач. Темы для деловых писем предлагаются преподавателем, также допускается написание письма по теме, сформулированной самостоятельно, но в таком случае необходимо ее согласование с преподавателем.

Перед написанием письма проводится подготовительная работа. Студент анализирует тексты писем, определяет характер каждого письма (личное, семейное, деловое, проблемное; письмо с выражением благодарности; поздравление, приглашение и т.д.).

На подготовительном этапе просматриваются приведенные речевые формулы, используемые в письме, и отмечаются различные способы выражения благодарности и признательности. Кроме того, составляются различные тематические письма для заданных ситуаций письменного общения.

Непосредственно при написании письма используйте следующий алгоритм действий:

Определите, кому могут быть адресованы названные формы письменного обращения.

Определите характер письма по его структуре (описание, сообщение, повествование, уведомление, выражение благодарности за что-либо, приглашение).

Составьте письмо по предложенному плану, ориентируясь на конкретный тип адресата, коммуникативную задачу и ситуацию написания письма.

Подготовка презентации.

Демонстрационная презентация (длительностью от 10 до 20 мин.) выполняется в программах MicrosoftPowerPoint, Prezi и других.

Возможно (но необязательно) использование дополнительных фото-, видео- или аудиоматериалов. Выполнение презентации осуществляется в устной форме (сдача текстовой части доклада не требуется).

Виды презентаций и их структура.

Можно выделить 3 вида презентаций:

1. информационная презентация;
2. презентация-идея;
3. презентация-ревью.

Для определения вида будущей презентации сформулируйте цель своего выступления, ответив себе на вопросы: зачем я выступаю, что я хочу получить в результате, что должны продумать или сделать слушатели после моей речи? Это главный вопрос. Правильный ответ на него – 50% успешной презентации.

Для информационной презентации достаточно того, что аудитория просто получит новые данные. Информационная презентация самая простая по своей сути, и требования к ней минимальны: она должна содержать в себе вступление, основную часть и завершение.

Во вступлении должно быть приветствие, тема и, возможно, цель выступления, имя выступающего, название организации, которую он представляет. Часто визуальные компоненты сопровождают или даже заменяют эту часть выступления.

В основной части информационной презентации главное – это соблюдение логики речи, а, следовательно, структурирование доклада, в частности разделение его на части.

Завершение также может быть предельно кратким: резюме вышесказанного и благодарность за внимание.

Цель презентации-идеи: изменить отношение слушателей и убедить их предпринять конкретные действия, связанные с темой. Алгоритм формирования убедительной презентации – «4П». Алгоритм включает в себя 4 блока:

1. Положение. В первой части докладчик рассказывает о ситуации, связанной с его предложением. Ситуация должна быть близка и понятна аудитории. Этот раздел должен быть относительно коротким – 5-10% всего выступления.

2. Проблема. Этот отрезок презентации должен показать проблематику. Очень важно, чтобы поднятые оратором проблемы действительно были важны для слушателей. Задача презентации только актуализировать потребности слушателей и вывести на первый план среди множества других наших ежедневных потребностей.

3. Перспектива. В этом разделе докладчику нужно показать, как усугубится описанная проблема, если не принять меры прямо сейчас.

4. Предложение. Следует предложить свой продукт или идею. При этом важно наглядно показать, как именно предлагаемая идея поможет выйти из сложившейся ситуации, ответить на вопрос, чем этот способ решения лучше, чем другие, привести аргументы и доказательства – то есть сделать свою презентацию убедительной.

Заканчиваться презентация-идея должна призывом к конкретным действиям, которые можно легко реализовать. Выступление будет особенно убедительным, если сделать презентацию с использованием качественных слайдов. Для убеждения стоит использовать яркие иллюстрации и графики, подтверждающие слова выступающего, так как 80% информации мы получаем через зрительный канал.

Презентация-ревью – это отчет о проделанной работе. Фактически, целью таких презентаций является убеждение слушателей в том, что Вы грамотный специалист в своей области, максимально качественно выполнивший свой объем работы и достойны высокой оценки.

Составление портфолио.

Целесообразно создание и использование портфолио в качестве проекта для самостоятельной работы.

По способу обработки и презентации информации выделяют портфолио в бумажном варианте и электронный вариант портфолио.

Портфолио в бумажном варианте, т.е. портфолио документов – это портфель сертифицированных (документированных) индивидуальных образовательных достижений, личностного развития, карьерного продвижения как рецензии, отзывы, резюме, эссе, рекомендательные письма и прочее).

Электронный вариант портфолио, т.е. портфолио-коллектор, портфолио работ – это собрание различных творческих и проектных работ студента, а также описание основных форм и направлений его учебной и творческой активности: участие в научных конференциях, конкурсах, прохождение различного рода практик, спортивных и художественных достижений и др.

Структура портфолио.

Часть 1. «Введение».

1.1. Фото.

1.2. Резюме.

1.3. Цели и задачи портфолио.

1.4. О структуре портфолио.

1.5. Специфические характеристики портфолио.

Часть 2. «Мои достижения».

2.1. «Официальные документы»:

документы об окончании школы;

сертификаты официально признанных международных, региональных и городских олимпиад, конкурсов, фестивалей, иных мероприятий;

документы об участии в грантах, окончании музыкальной, художественной, спортивной или иной школы;

сертификаты о прохождении практик, стажировок, тестирования, участия в проектах и программах;

журнальные, газетные и фото документы и иные документы, свидетельствующие об успехах;

список достижений, который, по тем или иным причинам (забыл, потерял, украли) не может быть задокументирован.

2.2. «Жизненный опыт»:

автобиография;

эссе «Взгляд в прошлое»;

анализ важнейших событий и эпизодов жизни, их оценка, оценка, вес в сегодняшней жизни;

основные этапы становления личности, факторы, события, люди, повлиявшие на это;

газетные, фото, видео и иные кинодокументы, свидетельства очевидцев;

характеристики, отзывы, оценки известных (и не только) лиц о вас;

отзывы с тех мест работы, где вы работали и т.п.).

2.3. «Обучение в вузе, предпрофессиональная и профессиональная подготовка»:

ваши оценки на всех этапах обучения в вузе, комментарии к ним;

любимые предметы, преподаватели, мотивы обучения;

основные периоды и этапы учения;

изменения взглядов на свою будущую профессию, вуз;

список курсовых и дипломных работ;

отзывы преподавателей и научных руководителей, руководителей учебных, преддипломных и дипломных практик;

список мест прохождения практик и выполненных работ.

2.4. «Научная деятельность»:

список научных работ;

научная переписка;

аннотации к своим работам;
рецензии чужих научных трудов, монографий, учебников и учебных пособий;

отзывы на ваши работы;

эссе «О науке» и т.п.

2.5. «Курсы по выбору и творческие работы»:

список дополнительных курсов, оценки, сертификаты, комментарии, приобретенные компетенции;

список или структурированное представление в том или ином виде своих творческих работ, отзывы на них, в том числе в СМИ и т.п.

Часть 3. «Я в мире людей».

3.1. «Участие в общественной жизни»:

характер вашей общественной активности;

занимаемые посты;

проекты и программы, в которых участвовали, их результативность.

3.2. «Друзья», «Любимые люди»:

ваши близкие друзья в вузе и вне его, сфера их занятий, привлекательные черты характера, образ жизни, разделяемые ценности и т.п.;

родные и близкие люди, их личные качества, интересы, сфера занятий, привлекательные черты.

3.3. «Мои кумиры»:

Люди (актеры, ученые, писатели, спортсмены и т.п.), являющиеся для вас, в определенном смысле, эталонами жизни и поведения, их портреты.

3.4. «Хобби, интересы»:

сфера ваших свободных интересов, занятий, хобби, их примеры, иллюстрации;

значение в жизни вообще и в профессиональной жизни, в частности.

Часть 4. «Взгляд на себя и в будущее».

4.1. «Я»:

взгляд на свое «Я», сильные и слабые стороны, мотивацию, интеллект, черты характера, образ жизни.

4.2. «Мои ценности и идеалы»:

то, что вы цените, считаете важным, стремитесь, уважаете.

4.3. «Мир вокруг меня»:

ваша оценка событий происходящих в мире и вокруг вас, тенденций, открывающихся возможностей, возникающих трудностей и опасностей.

4.4. «Мои жизненные планы»:

ваше представление о собственной миссии, жизненных и профессиональных целях, стратегии, планах, способах, средствах и времени их достижения и т.п.

4.5. «Мой девиз»:

ваш девиз, кредо на новом этапе жизни.

Часть 5. «Заключение для...».

5.1. Важнейшие аспекты личности;

5.2. Наиболее важные компетенции;

5.3. Важнейшие аспекты опыта;

5.4. Направления взаимодействия с работодателем и/или использования.

Материалы для оценивания портфолио делят на 2 части и заносят в таблицу:

Формальная часть	Неформальная часть
1. Средние оценки по общим дисциплинам. 2. Средние оценки по профессиональным дисциплинам. 3. Средние оценки по специальным дисциплинам. 4. Курсовые работы. 5. Дипломная работа. 6. Практики. 7. Иностранный язык. 8. Второй иностранный язык. 9. Третий иностранный язык. 10. Любые сертификаты об обучении, связанные с профессией. 11. Обучение за рубежом по направлению университета. 12. Отзывы преподавателей, руководителей учебных практик.	1. Олимпиады. 2. Профессиональные конкурсы. 3. Научные публикации. 4. Методические разработки и публикации (разработка учебного курса, деловой игры, тренинга, конференции, сайта по профессиональной теме). 5. Участие в научной конференции. 6. Участие в общественных проектах. 7. Участие в профессиональных проектах. 8. Участие в спортивных мероприятиях. 9. Иные сертификаты, документы. 10. Отзывы, характеристики от руководителей предприятий, организаций.

Самостоятельная подготовка заданий.

При необходимости самостоятельно составить задание по изучаемой теме следует в первую очередь определиться с типом задания. Это может быть кроссворд, викторина, текст с пробелами, сопоставление, ролевая игра и другие виды заданий, включая контрольные тесты и упражнения. По желанию студентов это может быть даже проект деловой игры.

Одним из интересных и творческих вариантов заданий является викторина. Викторина – это вид игры, смысл которой заключается в том, чтобы угадывать правильные ответы на устные или письменные вопросы из разных областей знаний. Есть большое количество разных видов викторин. Они могут отличаться друг от друга условиями и правилами, тематикой, типами и сложностью вопросов.

Правила выполнения викторины должны быть просты. Сложные правила приходится долго разъяснять, и в результате теряется интерес. Но и в том случае, когда человек включится в викторину, он будет путаться, сбиваться и тем самым нарушать темп проведения викторины или разрушать ее.

Викторина должна охватывать всех. Не должно быть таких ситуаций, когда одни участники вовлечены в процесс викторины, а другие оказываются в положении пассивных наблюдателей.

Еще одним элементом викторин являются награды победителям. Здесь есть несколько психологических моментов, которые следует учитывать:

- приз должен соответствовать уровню и сложности викторины;
- вариант вручения призов всем участникам игры возможен, но при этом основной приз должен оставаться основным, а остальные носить характер утешительных и отличаться от главного;

– приз не обязательно должен быть материальным. Он может быть чисто символическим, в виде венка, торжественно возлагаемого на голову победителя, шуточной медали с соответствующей надписью и т.п.;

– само представление приза как цели, к достижению которой будут стремиться соревнующиеся, может нести в себе элемент викторины, если его представить в скрытом виде, как «темный приз».

2. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

2.1. МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

2.1.1. АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

1.1 BUSINESS ORGANISATION AND BUSINESS ETHICS

Text 1. Business organization

I. Read out the following words and learn them by heart.

Sole proprietorship – бизнес у которого один владелец

partnerships – товарищество

revenues – доходы

expenses – расходы

assets – активы

liability – финансовые обязательства

to dissolve – расторгать, аннулировать

employee – работающий по найму

shares of stocks – пакет акций

shareholder – акционер

stock – капитал, ценные бумаги

joint venture – совместное предприятие

joint stock – акционерный капитал

franchise – франшиза

trademark – товарный знак

II. Find Russian equivalents to the English words.

- | | |
|---------------|-------------------|
| 1. owner | a. адвокат |
| 2. charter | b. ставка налога |
| 3. profit | c. долг |
| 4. tax rate | d. отставка |
| 5. debt | e. устав |
| 6. lender | f. бухгалтер |
| 7. retirement | g. прибыль, доход |
| 8. lawyer | h. владелец |
| 9. accountant | i. кредитор |

III. Read and translate the following text.

A BUSINESS ORGANIZATION

A business organization is often referred to as a business entity. A business entity is any business organization that exists as an economic unit.

A sole proprietorship is a business owned and usually operated by a single individual. Its main characteristic is that the owner and the business are one and the same. In other words, the revenues, expenses, assets and liabilities of the sole proprietorship

are also the revenues, expenses, assets, and liabilities of the owner.

Advantages

A sole proprietorship is the easiest form of business to organize. It is easy to set up and dissolve it. The only legal requirements for starting such a business are a municipal licence to operate a business and a registration licence to ensure that two firms do not use the same name. A sole proprietorship offers the owner freedom and flexibility in making decisions. Major policies can be changed according to the owner's wishes because the firm does not operate under a rigid charter. The other advantages are complete ownership of profits and lower tax rate.

Disadvantages

The owner is legally liable for all debts of the company because the financial condition of the firm is the same as the financial condition of the owner. A sole proprietorship may have difficulty in obtaining capital because lenders are leery of giving money to only one person who is pledged to repay. A proprietorship has a limited life, being terminated on the death, bankruptcy, insanity, imprisonment, retirement, or whim of the owner.

A general partnership is an enterprise owned by two or more individuals. A partnership agreement, oral or written, expresses the rights and obligations of each partner. Partnerships are common among businesses that provide professional services. Doctors, dentists, lawyers, accountants, brokers, and other professionals use this form of ownership to reduce overhead costs for each partner and to take advantage of each other's expertise in various areas.

A limited partnership is the enterprise in which one or more partners are granted limited liability, provided there is always at least one partner with unlimited liability who takes a more active part in managing the business.

Advantages

Partnerships, like sole proprietorships, are easy to set up. Complementary management skills are a major advantage of partnerships. Partnerships are a stronger entity than proprietorships: it is easier for them to attract new employees and raise additional capital. The other advantages are the following: even higher credit standing and better prospects for growth. Besides taxes are applied to individuals not to partnership,

Disadvantages

The major disadvantage of partnerships is that partners, like sole proprietors, are legally liable for all debts of the firm. In partnerships, the unlimited liability is both joint and personal. This means that the partners together are responsible for all the firm's liabilities. If one of the partners cannot meet his or her share of the debts the other partner(s) must pay all debts.

Partnerships are not as easy to dissolve as sole proprietorships. Potential conflicts between partners are one of the disadvantages too.

Corporations are also referred to as limited companies. In limited companies, ownership is represented by shares of stock. The owners at an annual meeting elect a board of directors which appoints company officers and sets the enterprise's objectives.

Advantages

Limited companies are the least risky from an owner's point of view. Shareholders of corporations can only lose the amount of money they have invested in company stock. If an incorporated business goes bankrupt, owners do not have to meet the liabilities with their own personal holdings so the main advantages of corporations

are limited liability of investors, ease of investing and withdrawing investment, ability to raise large amounts of capital and specialized management.

Disadvantages

Limited companies are taxed twice: on the profits they earn and on the dividends which come out of the profits. In proprietorships and partnerships earnings are only taxed once – as the personal income of the individuals involved.

A company must send each shareholder an annual report about the financial condition of the firm that results in the loss of financial confidentiality. Lack of motivation toward company goals among its hired managers is one of the disadvantages too.

There are other forms of business. A partnership set up to carry out a short-lived business project is called a joint venture.

Partnerships may be established that raise capital by selling portions of ownership on the open market in the form of stock certificates. Such an organization is called a joint stock company. It combines features of a partnership and corporation.

A very popular and rapidly growing form of business ownership is the franchise. This is a licensing arrangement that permits an individual to own his or her own business while benefiting from the use of the trademark. In other words, a company (franchiser) sells a licence to another company (franchisee), allowing the latter to produce and sell goods and services using its trademark. A franchiser has the right to control the quality of the goods and services produced by a franchisee. If it is not up to the mark, a franchiser has the right to withdraw its licence.

Small producers of goods or consumers of goods may form a cooperative in which production, marketing, or purchasing facilities are jointly owned and are operated mainly to provide a service to members rather than make a profit.

IV. Say if the following statements are false or true. Correct the false sentences.

1. A business entity is a business owned and operated by a single individual.
2. A business entity is the easiest form of business to organize.
3. Two licences are necessary to start a sole proprietorship.
4. A sole proprietorship usually has no difficulty in obtaining capital as money will be repaid.
5. A general partnership is an enterprise owned by more than one individual.
6. Both partnerships and sole proprietorship are easy to set up.
7. A sole proprietorship is easier to dissolve than partnerships.
8. The main disadvantage of limited companies is being taxed twice.
9. A joint venture combines features of a partnership and corporation.

V. Fill in the proper words given below.

(enterprise, tax rate, profits, owned by, personal, skills, joint, major advantage, dissolve, sole proprietorship, entity, referred, responsible, liabilities, trademark, licensing arrangement, carry out, joint venture)

1. A business organization is often ... to as a business
2. A ... is the easiest form of business to organize, set up and
3. The advantages of a sole proprietorship are complete ownership of ... and lower ...
4. A general partnership is an two or more individuals.
5. Complementary management ... are a ... of partnerships.
6. In partnerships the unlimited liability is both ... and

7. The partners are ... for all the firm`s
8. ... is set up to ... a short-lived business project.
9. Franchise is a ... that permits benefiting from the use of the

VI. Complete the sentences using English equivalents for the Russian words in brackets.

1. The revenues, (расходы), assets of the sole proprietorship are the ones of the (владельца).
2. A sole proprietorship offers the owner freedom and (гибкость в принятии решений).
3. The (владелец) is legally liable for all (долги) of the sole proprietorship.
4. In a limited partnership one or more partners are granted (ограниченные обязательства).
5. Partners are legally liable for (все долги фирмы).
6. In limited companies ownership is represented by (пакетом акций).
7. A franchiser has the right to (отозвать имущество).

VII. Answer the following questions.

1. What is a sole proprietorship?
2. What type of a business organization is easy to set up and dissolve? Why?
3. What documents are necessary for starting a sole proprietorship?
4. Does a sole proprietorship operate under a rigid charter?
5. What are the advantages and disadvantages of a sole proprietorship?
6. Partnerships are a stronger entity than proprietorships, aren't they?
7. Does a franchiser sell a licence to a franchisee?
8. What are the disadvantages of partnerships?
9. What are the main advantages of limited companies?

VIII. Read the three descriptions of company structures.

Sole trader

One person sets up and runs the company. The person provides all the capital and has unlimited liability for business debts, even if this means selling personal assets.

Limited company

In a limited company (*Am E* corporation), the capital is divided into shares, which are held by shareholders. Shareholders have limited liability, but they can vote at the Annual General Meeting to elect the Board of Directors. There are two types of limited company:

- 1) In a private limited company, all shareholders must agree before any shares can be bought or sold.
- 2) In a public limited company, shares are bought and sold freely, for example on the stock exchange.

Partnership

A group of people provide the capital, set up the company and manage it together. There are two types of partnership:

- 1) Partners in an unlimited partnership are like sole traders -if the business fails they are fully liable for all debts, and may even have to sell personal assets.
- 2) In a limited partnership there can be sleeping partners who do not participate in the management of the company.

Sleeping partners have limited liability in the event of bankruptcy, they only lose their investment, not their personal assets.

IX. Match the items in A to their synonyms in B.

A	B
1) effort	a) purpose/aim
2) amount of	b) revenue/profit
3) shareholders	c) stockholders
4) goal	d) controlling company
5) affiliated company	e) subsidiary company
6) liability	f) sum
7) proprietor	g) property
8) holding company	h) attempt
9) income	i) responsibility
10) ownership	j) owner
11) aid	k) assistance

X. Answer the following questions.

1. What are the advantages and disadvantages of being a sleeping partner?
2. What is the difference between a sleeping partner and a shareholder? If a private limited company goes bankrupt, do the shareholders lose their personal assets? Why?
3. What are the advantages of a public limited company? Think of three.

XI. Complete the sentences using the words from the list below.

<i>associated company; acquisition; chief executive; big business; subsidiaries; mergers; chairperson; corporations; shares; company; multinational; venture; commercial; parent company; conglomerates</i>

1. Some of the operations of a typical ... are more global than others. 2. Each unit including the ... has its own, local management. 3. A large shareholding should provide considerable influence (but not control) over the ... 4. Whether the project will be a ... success is still uncertain. 5. His first business ... was a clothes shop in Rose Street. 6. Mr. Gate's boyhood pastime was computer programming. Today Microsoft, his ..., is the world's most successful supplier of computer software. 7. The South depends more on small and medium-sized business for jobs than on large ... 8. Goodman Holdings has ... in Liechtenstein and the Channel Islands, which control investment around the world. 9. Medeva, the fast-growing pharmaceuticals group 19 p (points) to 224 p on the news that it has made another ... in America. 10. Tourism in Hong Kong is ...: it is the third largest source of foreign exchange and employs, directly and indirectly, 180,000 people. 11. Many corporations have expanded by means of mergers with and acquisitions of businesses in unrelated fields. Such collections businesses are called ... 12. One problem posed by some ... is that economic growth does not necessarily result from them, and no new jobs may be created. 13. The majority of ... in practically all companies are owned by institutional investors. 14. In general terms, the ... represents the company in the outside world and takes a leading part in making policy. 15. The ... is responsible for carrying out company policy and the day-to-day

management of the firm.

XI. Imagine that you are an owner of:

- SPA saloon
- Café
- Pizzeria
- Photo studio
- Touristic agency
- Car repairing service
- Bookshop

What form of ownership will you choose? Why?

Text 2. SWOT

I. Read and translate the following text.

SWOT ANALYSIS

SWOT analysis is an acronym for *strengths, weaknesses, opportunities, and threats* and is a structured planning method that evaluates those four elements of an organization, project or business venture. A SWOT analysis can be carried out for a company, product, place, industry, or person. It involves specifying the objective of the business venture or project and identifying the internal and external factors that are favorable and unfavorable to achieve that objective. Some authors credit SWOT to Albert Humphrey, who led a convention at the Stanford Research Institute in the 1960s and 1970s using data from Fortune 500 companies. However, Humphrey himself did not claim the creation of SWOT, and the origins remain obscure. The degree to which the internal environment of the firm matches with the external environment is expressed by the concept of strategic fit.

- *Strengths*: characteristics of the business or project that give it an advantage over others
- *Weaknesses*: characteristics of the business that place the business or project at a disadvantage relative to others
- *Opportunities*: elements in the environment that the business or project could exploit to its advantage
- *Threats*: elements in the environment that could cause trouble for the business or project

Identification of SWOTs is important because they can inform later steps in planning to achieve the objective. First, decision-makers should consider whether the objective is attainable, given the SWOTs. If the objective is *not* attainable, they must select a different objective and repeat the process.

Users of SWOT analysis must ask and answer questions that generate meaningful information for each category (strengths, weaknesses, opportunities, and threats) to make the analysis useful and find their competitive advantage.

SWOT analysis aims to identify the key internal and external factors seen as important to achieving an objective. SWOT analysis groups key pieces of information into two main categories:

Internal factors – the strengths and weaknesses internal to the organization.

External factors – the opportunities and threats presented by the environment external to the organization.

Analysis may view the internal factors as strengths or as weaknesses depending upon their effect on the organization's objectives. What may represent strengths with respect to one objective may be weaknesses (distractions, competition) for another objective. The factors may include all of the 4Ps as well as personnel, finance, manufacturing capabilities, and so on.

The external factors may include macroeconomic matters, technological change, legislation, and sociocultural changes, as well as changes in the marketplace or in competitive position. The results are often presented in the form of a matrix.

SWOT analysis is just one method of categorization and has its own weaknesses. For example, it may tend to persuade its users to compile lists rather than to think about actual important factors in achieving objectives. It also presents the resulting lists uncritically and without clear prioritization so that, for example, weak opportunities may appear to balance strong threats.

In many competitor analyses, marketers build detailed profiles of each competitor in the market, focusing especially on their relative competitive strengths and weaknesses using SWOT analysis. Marketing managers will examine each competitor's cost structure, sources of profits, resources and competencies, competitive positioning and product differentiation, degree of vertical integration, historical responses to industry developments, and other factors.

Marketing management often finds it necessary to invest in research to collect the data required to perform accurate marketing analysis. Accordingly, management often conducts market research to obtain this information.

II. Say if the following statements are false or true. Correct the false sentences.

1. Nobody knows who created SWOT analysis.
2. SWOT analysis has more strengths than weaknesses.
3. Logical planning of SWOTs helps to achieve the objective.
4. Internal factors are as important as external ones in SWOT analysis.

III. Answer the following questions.

1. What is a SWOT analysis?
2. Can a SWOT analysis be carried out for industry?
3. What does it involve?
4. Why are SWOTs so important?
5. What should decision makers do if the objective is not attainable?
6. What do external factors of SWOT analysis include?
7. What are the weaknesses of SWOT analysis?

IV. Make written translation.

Pat Albright is the senior marketing manager for PetraServer. She's presenting her marketing strategy to the board. The strategy was shaped by the SWOT analysis above.

«We need to exploit our strengths by making the most of our distribution network and loyalty program. If we can also build on strengths such as our brand image and current profitability, then it'll be easier to address, or deal with, weaknesses such as the lack of new products. We need to anticipate the threat of new hybrid cars and seize the new opportunities this will bring in terms of providing service points for these cars. The potential price war in the fuel market poses a serious threat and we will need to

minimize the weaknesses this may create. Our sector is also under threat from the trend towards greater consumer concerns about the environment, but I believe we can create an opportunity by strengthening our communication and informing consumers about what we're doing to preserve the environment».

V. The extracts below are from a SWOT analysis. Do they describe strengths, weaknesses, opportunities or threats?

1. Competition is growing in this market, which could lead to a price war. There are now a lot of sites that offer the same service and product categories as Amazon. Amazon is a global brand but in some local markets the main competitor could be stronger and preferred by consumers.
2. Amazon has added a lot of new categories, but this may damage the brand. For example, offering automobiles may be confusing for customers. Due to increased competition, the offer is undifferentiated.
3. In 2004 Amazon moved into the Chinese market. There is huge potential here. In 2005 Amazon launched a new loyalty programme, AmazonPrime, which should maximize purchases from the existing client base.
4. Amazon is a global brand, operating in over ten countries. It was one of the first online retailers and today it has an enormous customer base. It has built on early successes with books, and now has product categories that include jewelry, toys and games, food and more. It has an innovative Customer Relationship Management programme.

VI. Complete the table with words. Then complete the sentences below using words from the table.

<i>Verb</i>	<i>Noun</i>	<i>Adjectives</i>
<i>strengthen</i>		
<i>threaten</i>		
<i>weaken</i>		
		<i>opportune</i>

- 1) Currently, the company is under ... from its main competitors.
- 2) In order to grow, the company will have to create new ..., not just exploit existing
- 3) We need to minimize ... and ...
- 4) To remain ahead of the competition we will need to anticipate ... such as increased raw material costs.

VII. Correct the mistakes.

- 1) The brand is very strengthened.
- 2) Today, competitor fears about health are one of the biggest threats to the processed food sector.
- 3) An undifferentiated offer wills weakness the company in the short term.
- 4) A clear opportunity is a gape in the market.
- 5) We may be threatened by the emerging trend towards online shopping.
- 6) A war of prices has weakened our profitability.

VIII. Complete the sentences with the following terms:

product research, primary research, agency research, clinical trials, desk research, marketing research, pricing research, exploratory research, distribution research, marketing communications research, omnibus survey

1. ... is the opposite of in-house research.
2. Pharmaceutical companies carry out
3.is research carried out using published material.
4. ... is important when making decisions about where to locate retail outlets or where agents are needed.
- 5.....is designed to help marketers understand problems.
- 6is the investigation of ways to talk to consumers and the public in general.
- 7..... is about collecting, studying and analyzing information which affects marketing decisions.
8.is research carried out on behalf of several companies together?
9.examines the relationship between price and demand.
10.is original research carried out by a company.
11. ... involves the design and concept of a product, then testing of the product, then market acceptance of the product.

Text 3. Business Ethics

1. Read and translate the following text.

BUSINESS ETHICS

Business ethics are moral principles that guide the way a business behaves. It applies to all aspects of business conduct and is relevant to the conduct of individuals and entire organizations. These ethics originate from individuals, organizational statements or from the legal system.

One of the first seen written accounts of business ethics can be seen in *Thirukural*, a book said to be written by Thiruvalluvar some 2000 years ago in Tamil Literature. Business ethics reflect the norms of each historical period. As time passes, norms evolve, causing accepted behaviors to become objectionable. Business ethics and the resulting behavior evolved as well. Business was involved in slavery colonialism, and the cold war. The term 'business ethics' came into common use in the United States in the early 1970s. By the mid-1980s at least 500 courses in business ethics reached 40,000 students, using some twenty textbooks and at least ten casebooks supported by professional societies, centers and journals of business ethics. The Society for Business Ethics was founded in 1980. European business schools adopted business ethics after 1987 commencing with the European Business Ethics Network (EBEN). In 1982 the first single-authored books in the field appeared. Firms began highlighting their ethical stature in the late 1980s and early 1990s, possibly in an attempt to distance themselves from the business scandals of the day, such as the savings and loan crisis.

Nowadays Business ethics refers to contemporary organizational standards, principles, sets of values and norms that govern the actions and behavior of an individual in the business organization. Business ethics have two dimensions, normative or descriptive. As a corporate practice and a career specialization, the field is primarily normative. Academics attempting to understand business behavior employ descriptive

methods. The range and quantity of business ethical issues reflects the interaction of profit-maximizing behavior with non-economic concerns.

Interest in business ethics accelerated dramatically during the 1980s and 1990s, both within major corporations and within academia. For example, most major corporations today promote their commitment to non-economic values under headings such as ethics codes and social responsibility charters. Adam Smith said, "People of the same trade seldom meet together, even for merriment and diversion, but the conversation ends in a conspiracy against the public, or in some contrivance to raise prices. Governments use laws and regulations to point business behavior in what they perceive to be beneficial directions. Ethics implicitly regulates areas and details of behavior that lie beyond governmental control.

II Answer the following questions.

1. What are business ethics?
2. When were the first found accounts of business written?
3. Why have business ethics changed since that time?
4. Where was the term business ethics the most popular after 1970?
5. Why are business ethics so important?

III Discuss the following points.

1. Is raising the minimum wage a good idea?
2. Is it OK to sell a product when you can't prove that it works?
3. Are there any things that simply should not be bought or sold?
4. Is child labour always wrong?
5. Is misleading advertising unethical?

IV. Read the text and explain why gift is misleading in business ethic and corporate culture

International Gift Giving Etiquette

business culture is on the act of gift-giving not the gift itself. Expensive gifts are common. The best time to present a gift is at the end of your visit.

A gift for an individual should be given in private. If you are presenting a gift to a group of people have them all present. The correct etiquette is to present/receive gifts with both hands. Before accepting a gift it is polite Within the interdependent, global and multi-cultural marketplace of the 21st century, cross cultural differences in the approaches to and practices of business people across the world are important to learn. A lack of cross cultural understanding can lead to misunderstandings which may result in offense. Cross cultural awareness and an understanding of foreign etiquette is important for today's globe trotting business person.

One area of importance in cross cultural awareness is in the different gift giving etiquettes of the world. Understanding gift giving and the etiquette surrounding it can help international business people cement better relationships with foreign colleagues, clients or customers. Cross cultural gift giving etiquette involves considering the following points: *Who is receiving the gift? Is it a person or a group? What is the status of the receiver(s)? What types of gifts are acceptable or unacceptable? What is the protocol associated with gift giving and receiving? Should gifts be reciprocated?*

In many countries such as in North America or the UK, gift giving is rare in the business world. In fact, it may carry negative connotations as gift giving could be

construed as bribery. However, in many other countries, gift giving and its etiquette have a central place in business practices.

Avoid gag gifts. People of some countries don't appreciate them.

In Japan, South Korea, Taiwan, Hong Kong gifts are not opened in front of the giver as they are in the United States or Germany.

Although flowers make appropriate gifts, there are many cultural taboos related to color, variety and numbers. Red roses are only given by lovers or spouse in some cultures. White is the colour of mourning in China. In Brazil, purple flowers are associated with death by the lower class. Carnations are used to decorate cemeteries in France and Germany, as chrysanthemums are in Belgium, Japan and Italy; therefore in these countries you would want to avoid these inappropriate flowers as gifts. To Mexicans, yellow, red or white flowers have specific significance including romance and death, so flowers in these three colors should be avoided as gifts. In Japan funeral notices are red.

The number of flowers has also significance in many cultures. An uneven number of flowers is given on happy occasions by Americans and an even number of flowers for funeral. Because three is a lucky number in Thailand and Hong Kong, giving gifts in threes in these countries would be considered lucky. Avoid gifts of cowhide in India, because the cow is sacred. Avoid gifts of liquor or wine in all Islamic cultures, as it is forbidden by their religion.

The above are a few of many examples of cross cultural differences in gift giving etiquette. It is advisable to try and ascertain some facts about the gift giving etiquette of any country you plan to visit on business. By doing so, you maximize the potential of your cross cultural encounter.

In order to highlight some of the different aspects of cross cultural gift giving etiquette a few examples shall be presented.

Gift Giving Etiquette in China

It is the proper etiquette for gifts to be exchanged for celebrations, as thanks for assistance and even as a sweetener for future favours. It is however important not to give gifts in the absence of a good reason or a witness. When the Chinese want to buy gifts it is not uncommon for them to ask what you would like. It would be wise to demonstrate an appreciation of Chinese culture by asking for items such as ink paintings or tea.

Business gifts are always reciprocated. Not to do so is bad etiquette. When giving gifts do not give cash. Do not be too frugal with your choice of gift otherwise you will be seen as an 'iron rooster', i.e. getting a good gift out of you is like getting a feather out of an iron rooster. Depending on the item, avoid giving one of something. Chinese philosophy stresses harmony and balance, so give in pairs.

Gift Giving Etiquette Japan

Gift-giving is a central part of Japanese business etiquette. Bring a range of gifts for your trip so if you are presented with a gift you will be able to reciprocate. The emphasis in Japanese to refuse at least once or twice before accepting. Giving four or nine of anything is considered unlucky. Give in pairs if possible.

Gift Giving Etiquette in Saudi Arabia

Gifts should only be given to the most intimate of friends. Gifts should be of the highest quality. Never buy gold or silk as a present for men. Silver is acceptable. Always give/receive gifts with the right hand. Saudis enjoy wearing scent – 'itr'. The most popular is 'oud' which can cost as much as £1000 an ounce. It is not bad etiquette to open gifts when received.

V A) Match the sentence beginnings (1-7) with their endings (a-g)

1. My company/organization has a vision	a. for example, it doesn't have a dress code .
2. We have an entrepreneurial culture	b. I know where it's going; I share its goals .
3. People in my company are highly competitive	c. the boss is autocratic , and we do as we're told without question.
4. My company is pretty bureaucratic	d. there are lots of regulations and correct procedures. We are encouraged to do things by the book .
5. My company has a supportive culture	e. we battle each other for promotion and for bonuses .

B) Look at the words and phrases in bold above and match them to the following definitions.

- a person who gives another person help and advice over a period of time and often also coaches them in their job mentor
- a set of rules for what you can wear
- aims
- demands total obedience from staff
- extra amounts of money given to you as a reward
- follow the rules exactly
- view of how the company will be in the future
- involving risk-taking

VI. Decide whether the following statements are true or false. Correct the following sentences.

1. Anglophones are likely to use your first name immediately.
2. On the other hand, Anglophones can be very old fashioned about manners and formalities.
3. "Morning" or "Afternoon" are commonly used as an informal way of saying "Good morning" and "Good afternoon".
4. "I don't think we've been introduced?" is a good way of introducing yourself.
5. Anglophones shake hands only the first time they meet someone.
6. In all other countries in Europe people shake hands whenever they come and go.
7. In the USA or UK a weak handshake implies a lack of character, whereas in Thailand you should shake hands gently.
8. People in England almost never kiss each other, but in Belgium and France they always kiss twice.
9. If you are traveling to the Far East, you should either bow or put your hands together in a prayer gesture as a means of greeting – check the details of each country before you go.
10. Ms. is an unmarried woman.
11. When you meet an English-speaking person, you can say "How do you do, Sir/Madam?"
12. In English, the longer the sentence, the more polite it usually is.
13. When you meet someone you should use their nickname.

14. It is polite in English to answer “Yes” or “No” alone.
15. “Sorry” and “Excuse me” mean the same thing.
16. When exchanging business cards with someone from the Far East, take care to look carefully at the card before putting it in your pocket. Do not write anything on it!

VII. Restore the right order in the following dialogues. Are the dialogues formal or informal?

Dialogue 1	Dialogue 2
1. Pleased to meet you. Do call me Martin.	1. Enterprise Requirement Planning
2. That's very kind of you. Do you know my colleague, Sarah Hudson?	2. Not too good, I'm afraid.
3. Very well, thank you, Mr. Hyde, and you?	3. Hello Jim!
4. No, I don't. How do you do?	4. Hi, Jerry! How are you?
5. Good morning, Mrs. Woods, how are you?	5. Oh dear! What's the matter?
6. And you must call me Sarah. Shall we get down to business?	6. I'm sorry about that. Can I do anything to help?
7. I'm fine, thank you. Would you like some coffee?	7. Well, the computer went down last night, and we've lost all our ERP data.
8. How do you do? I'm pleased to meet you.	8. What's ERP?
9. Yes, here is our latest catalogue ...	9. Fine thanks, and you?

VIII. Find 16 expressions in the table below and make up a conversation of yours using as many phrases as possible. You may use expressions of your own if necessary.

hello how are you do you remember me what
 is the matter very well thank you she sends her regards I must be
 off how are things it is nice to see you again how is
 business fine thanks and you I will give you a ring I am
 sorry to hear that it was nice seeing you going well thank
 you she was asking after you

1.2 EMPLOYMENT

Text 1. Job Application

I. Read out the following words and learn them by heart:

1. to recruit	отбирать на работу
2. to employ	нанимать на работу
3. to advertise the job	размещать объявление о вакансии
4. to apply for the job	претендовать на вакансию
5. a letter of application	анкета на вакансию
6. applicant	претендент на вакансию
7. recruitment agency	агентство по трудоустройству

II. Think of possible answers to the questions before reading the text.

1. How do usually companies recruit new people?
2. How do usually people apply for a job?
3. Is it better to recruit people oneself or use the recruitment agency services?

III Read and translate the following text.

RECRUITMENT

When a company needs to recruit or employ new people, it may decide to advertise the job or position in the "NEED HELP" section of a newspaper. People who are interested can then apply for the job by sending in a letter of application or covering letter (US cover letter) and a curriculum vitae or CV (in US – resume) containing details of their education and experience. A company may also ask candidates to complete a standard application form. The company's Human Resources department will then select the most suitable applications and prepare a short list of candidates or applicants, who are invited to attend an Interview. Another way for a company to hire is by using the services of a recruitment agency (in US – search firm) which provides a list of suitable candidates.

A growing number of companies are no longer satisfied with traditional job interviews. Instead, they are requiring applicants for many white-collar jobs to submit to a series of written tests, roleplaying exercises, simulated decision-making exercises. Others put candidates through a long series of interviews by psychologists or trained interviewers. The tests are not about mathematics or grammar, nor about any of the basic technical skills for which many production, sales and clerical workers have long been tested. Rather, employers want to evaluate candidates on the following qualities:

- Is the candidate creative and entrepreneurial? Can the candidate lead and coach?
- Is the candidate flexible and capable of learning?
- Does the candidate have enough skills and knowledge?
- How will the candidate function under pressure?
- Will the potential recruit fit the corporate culture?

These tests, which can take from an hour to two days, are all part of a broader trend. Companies are getting much more careful about hiring. Ten years ago, candidates could win a top job with the right look and the right answers to questions such as "Why do you want this job?" Now, many candidates are having to face questions and exercises intended to learn how they get things done.

They may face questions such as "Who is the best manager you ever worked for and why?" or "What is your best friend like?". The answers, psychologists say, reveal much about a candidate's management style and about himself or herself. The reason for the interrogations is clear: many hired candidates work out badly. The cost of bringing the wrong person on board is sometimes huge. Searching and training can cost from \$5000 for a lower-level manager to \$250,000 for a top executive. With the pace of

change accelerating in markets and technology, companies want to know how an executive will perform, not just how he or she has performed. Years ago, employers looked for experience — has the candidate done this before? Most companies have not changed this practice until now.

Research has shown that most decision makers make their hiring decision in the first five minutes of an interview and spend the rest of the time rationalizing their choice.

Even companies that have not started extensive testing have toughened their hiring practices. They make the comprehensive testing aimed to measure skills in communications, analysis and organization, management style and personality traits.

IV. Answer the following questions after reading the text.

1. How are requiring applicants interviewed? What is the purpose of the asked questions?
2. Have the questions to applicants changed lately?
3. Does it take much time for decision makers to make their hiring decision?
4. What would you ask the requiring applicants if you were an executive? Think of possible and appropriate questions.
5. Can only the interview help to choose the best employee?

V. Read the dialogue between HR employee (HR) and Mr. Robert Marczak (RM) to learn how the interview for such position may proceed.

INTERVIEW FOR A JOB

HR: What attracted you to apply for the post in our company?

RM: Well, Aqua is o well known and reputable firm with many years' experience. It takes its business sinuously it is stressed in the company's profile, it is looking for leadership, analytical skills, teamwork, and creativity.

HR: Yes, that's true. Why did you choose branding as your profession?

RM: Well, I enjoy the Intellectual challenge of branding... The opportunity to develop and execute strategies, to exploit market opportunities. To resolve Issues, motivate people and achieve results that others believed were unachievable.

HR: So, would you say you consider yourself to be goal-orientated?

RM: Yes, definitely. What I focus on is setting objectives that optimize the performance of my unit alongside overall corporate performance. I think that in order to be successful, it takes much more than setting short term cash flow objectives. For example, price skimming and similar practices must be strategically justified.

HR: Oh, certainly. In your previous company, you started as a marketing analyst and then you were promoted to assistant brand manager. Afterwards for three years you worked as a brand manager How would you describe the major changes in the scope of your responsibilities?

RM: I'd say it is o progression from executing o given strategy to actually developing a new one. In other words, it is a shift from participating in cross-functional teams to leading them, from monitoring a business budget to assuming profit-and- loss responsibility.

HR: Oh, I see. Your track record of results looks really impressive. Could you tell me about the lost time you had to work with others to accomplish a critical project? What did you do?

VI. Match the words 1-6 with their definitions a-f:

1. to accomplish	a. to succeed in doing smth, to gain smth with effort
2. branding	b. giving brand names to products and developing people's awareness of them
3. cross-functional	c. composed of at least three members from diverse functional entities working together towards a common goal
4. to exploit	d. to use or manipulate to one's advantage
5. goal-orientated	e. strongly motivated and highly organized in achieving tasks that are specified in advance
6. price skimming	f. a pricing strategy in which a marketer sets a relatively high price for a product or service at first and then lowers the price over time

VII. Match the words to form collocations:

1. to exploit	a. cross- functional teams
2. to resolve	b. people
3. to accomplish	c. responsibility
4. to motivate	d. Issues
5. to set	e. a strategy
6. to assume	f. a critical project
7. to develop	g. objectives
8. to lead	h. opportunities

VIII. Match the words from column A with the words from column B to form pairs of antonyms. Use them in sentences of your own.

A	B
Solution	ineffectively
to persuade	wasteful
productive	to reject
to accept	unfavourable
persuasive	carelessly
successful	disruption
efficiently	to fail
to attain	discourage
skillfully	unconvincing
carefully	worthless
to lead	awkwardly
valuable	to follow

IX. Choose the appropriate form of the words to complete the sentences. Translate the sentences into Russian.

1 to conduct, conduction, conductor

-a stress interview means to put the interviewee in a hostile situation to see the reaction.
- He was thoroughly instructed how ...himself at the interview.
- This material is a better.....than wood.
- The.....of electricity through this material was investigated.

2 to solve, solution

- a) Information interviews are considered to be very important for reaching the ... to problems.
- b) This was the latest attempt to find a.....to the troubles in the company.
- c) The employees should be working together on the ... of the problems of their company.
- d) The manager thinks this would create more problems than it would

3 to *depend, dependence, dependable, dependent*

- a) The employment decision should not.....on the personal details of an applicant.
- b) Employers prefer people who are organized and
- c) The possibility to get a good job is heavily ... on the favourable impression an applicant makes on an interviewer.

4 to *evaluate, evaluation*

- a) During the interview a manager should try tothe applicant's answers without showing any disapproval or disbelief.
- b) The ... of the information from all the references may be too big a job for the prospective employer as he has too many applicants.
- c) To achieve your objective of getting the interviewer's favourable...., you need to be able to sell your qualifications.

Text 2. Writing a Curriculum Vitae

I. Read and translate the following text.

In the job hunting market, there are lots of ways an employer can learn about potential hires; from business cards, to personal websites, to job applications. Of course, no little piece of paper is better known than the resume. To really figure out what a CV is, we first have to talk about what CV means. The letters CV stand for curriculum vitae which is Latin for “course of life.” A resume isn’t very long. Ideally a good solid resume is about one page in length and can be submitted for almost any type of job on the market. When you type up a resume, you’re usually just covering your work and educational history. You might include certain professional affiliations and possibly highlight specific major awards that relate to the job you’re applying for, but it’s usually a concise document. Short and sweet. A Curriculum Vitae on the other hand, is much longer and covers much, much more information. A CV is a thorough and comprehensive document, detailing not only your education and work history, but also your achievements, awards, any honors you’ve been conferred and any and all of your publications.

Different Types of CV

Chronological - outlining your career history in date order, normally beginning with the most recent items (reverse chronological). This is the "conventional" approach and the easiest to prepare. It is detailed, comprehensive and biographical and usually works well for "traditional" students with a good all-round mixture of education and work experience. Mature students, however, may not benefit from this approach, which does emphasize your age, any career breaks and work experience which

has little surface relevance to the posts you are applying for now.

Skills-based: highly-focused CVs which relate your skills and abilities to a specific job or career area by highlighting these skills and your major achievements. The factual, chronological details of your education and work history are subordinate. These work well for mature graduates and for anybody whose degree subject and work experience is not directly relevant to their application. Skills-based CVs should be closely targeted to a specific job.

A good CV should:

- a) attract attention;
- b) create a positive impression;
- c) present your skills and qualities clearly and concisely.

Common Features of a CV

Start by first listing everything you can about your background information and then building out from there. To help you get started, we've pulled together a few of the most often seen sections of CVs that you might expect to include when writing your own.

1) Who are you?

A CV should always include your basic information starting with your name, address, telephone number and email. For United States and Canadian job seekers, that's generally all you need to include. If you search for example CVs online, you are likely to come across ones that include a small passport-sized photo of the applicant in the upper right-hand corner. While this practice is standard in France, Belgium and Germany, it is NOT considered appropriate for CVs in the United States and Canada. Just a heads up.

2) No, really...who are you?

In some instances, it's also appropriate to include a brief bio of yourself. Depending on the industry you are going into, a short blurb about who you are might be all you need to catch an employer's eye and get called in for an interview. If you do decide to include a brief bio, make sure it's well written and original.

3) What have you done?

As a CV is a thorough detailing of your history, that includes your educational history as well as your work experience and any training you might have received. When detailing your educational history, you want to do it in reverse chronological order. Be sure to include the full list of your degrees, including those you've already earned and any you might be currently pursuing as well as where you received your education.

Be sure to list the years of your graduation. If you are the author of a dissertation or thesis, you would include that information here as well as the name of your advisor. For your work history, you want to include not only where you've worked, but also any applicable experiences related to that work.

If you're an educator and you're not only teaching, but also working in a research lab or facility, you would want to include that here. Field experience, leadership experience, related volunteer work and any and all other experience that relates to your employment goes in this section.

4) What do you like?

Unlike a resume, a CV often includes a section that covers your areas of interest. While this might seem unusual, it can actually provide a potential employer with a lot of

insight into who you are, which is why it's so important to make sure you handle this section carefully.

While it might be tempting to just list your hobbies here and hope for the best, it's actually a good idea to expand on what you do in your free time as well as why you do it. Are you a history buff who loves to go to reenactments? Rather than just listing "Re-enactor" on your CV, flesh it out a bit.

"As a historically accurate civil war reenactor, I enjoy spending my weekends immersed in a world where I gain first hand insight into our country's rich past."

Do you have leadership skills outside of your work that you enjoy participating in? List those here as well.

No matter what you list here, try to include a range of interests that demonstrate who you are when you're not working at your job. Of course, try not to include information that would make it appear that you're just stuffing things into your CV in order to give it length. It's perfectly fine to list your interests, but keep it within reason. List the things that are the most relevant to what you are looking for work wise. It's not necessary to list every extracurricular activity you've ever participated in.

5) Mad skills, bro! How many languages do you speak? Are you fluent in multiple tongues? What about computer programs? Are you an accomplished graphic designer who has an extensive knowledge of specific software? List that too! You're the best!

Have others recognized you for the work you've done? Do you have any awards or honors that you've received for teaching? How about for service or work? Have you applied for and received any grants or scholarships? Those go here! This is also where you want to include things like fellowships or patents.

6) Texts and Talks

Are you an author of any papers, articles or books? Are you an expert in your field and thus find yourself speaking at conferences, panels or symposiums? Make sure you list those and give a brief description of each so your reader knows what you've done and where.

7) I'm in the club! Are you a member of any professional organizations, guilds or clubs? Make sure to include if you've held any offices or positions within those organizations and how long you've been with them.

8) Who will vouch for you?

A reference section is also something you might consider including in your CV. While it's not always required, it's not a bad idea to put down references if you know the person recommending you is going to be enthusiastically in your corner. (Of course it should go without saying you should only have enthusiastic references...)

If you feel your CV is running long for your level of experience, or you'd like more time to prep your references, it's also perfectly acceptable to say "References available upon request."

9) And the Rest...

Other sections you might include in your CV (depending entirely on the job you're applying for) include:

- Study Abroad
- Exhibitions
- Professional Licenses and/or memberships
- Consulting Work
- Professional Development

- Research Experience
- Teaching Experience

Remember, your CV should be specific to the industry or area of work you're entering, so while much of the basic information should be fairly standard, always find examples that relate to the job you're after to ensure that you're including all the necessary things.

Well, now that we've gone over all that...

What About Formatting?

With any and all documents you turn into a potential employer, you want to make sure that your CV is clear of any and all grammatical and spelling errors. You want to make sure that your CV is carefully and logically laid out and that it reads well. Yes, you're including a lot of information in this document, but don't try to cram everything in all at once.

Organize it using topical headings and be considerate in how you lay it out and how you order it. While the order of topics in a CV is flexible, it's a good idea to keep in mind that what you list first will receive the most attention. Try to arrange your sections so that they highlight your strengths in relation to the position you are applying to. Make sure your font is readable and that you are consistent with any formatting you decide to use.

Don't include your salary history in your CV. You also shouldn't include why you left your last position.

When you're working on a resume, it's common to use a type of formatting called "gapping." Gapping is when you take a full sentence and cut it down to the most basic components in order to convey the most amount of information in the least amount of words. However, when writing your CV, you will want to use full sentences. It's also important to work in action words that help to not only draw in the reader, but keep them engaged in what they're reading.

Here, let me show you the difference. Let's pretend you were a floor manager in a service department at a company. If you were writing a resume and utilizing gapping, you might note your experience like this:

Floor manager (2000-2002) Team leader.

Responsible for customer service.

Again, this example is perfectly acceptable for a resume. For a CV, however, you want to make sure you're including more information and utilizing your action words.

Example:

I worked as a floor manager from 2000 to 2002. During that time I oversaw and lead a team of twenty employees committed to providing quality customer service.

Example:

I spent five years refining my abilities as a negotiator and motivator, using my skills as a problem solver to help persuade clients to try new and exciting products.

When printing your CV, always print your pages single sided. Yes, it's longer than a resume, and it's tempting to try to save paper by printing double sided, but resist that temptation!

As a CV is longer than a resume and can often run several pages, make sure you include page numbers on every page except for the first one.

And remember as well to be always honest in your CV.

II. Work with a partner. Discuss the following 'tips' for a successful

interview. Do you agree with all of them? Add one more of your own.

1. Before the interview, ask a friend/colleague to ask you typical questions. In particular, practice talking about your strong points using concrete examples from your current job.
2. Before the interview, write to the people who will give you references. Tell them to expect a call and give them a recent copy of your CV/Resume.
3. Arrive 30 minutes early on site and 10 minutes early for the interview. Use the time to walk in the fresh air. When greeting the interviewer, smile, make eye contact and shake hands firmly.
4. Your clothes, shoes and hair need to be tidy and above your normal standard.
5. Keep your answers short, simple and relevant - as you would in other business situations. Interviews are a dialogue so don't talk more than 60-70% of the time. If the interviewer wants more information, let him/her ask for it. Occasionally take the initiative and ask questions to show you are interested.
6. Be enthusiastic and positive. Never contradict, argue or interrupt. Never criticize previous employers during the interview.
7. Don't be submissive. Treat the interviewer with respect, but as an equal.
8. Don't ask questions about the salary. If possible, wait for the interviewer to mention it. Ask for higher than you expect. If in doubt, ask for your current salary plus 15%.
9. Immediately after the interview make notes: write down names, details about the organization, and especially company 'buzzwords'. If called for a second interview, make sure you use these.
10. Consider writing a short follow-up letter, particularly after informal interviews where there was no clear job being advertised. Express your pleasure in meeting everyone (list them by name), comment on one part of the meeting (something that emphasizes your qualifications), mention again the benefits you can bring to the company and why you would like to work there (include company buzzwords).

III. Complete the job advertisement for a corporate procurement manager with words from the box.

Fulfilment, negotiation, 3PL providers, procurement, command, vendors, supply chain, relationship

We are looking for a proactive and dynamic professional to take care of our strategic procurement and supplier _____ management. Reporting to the Director of Corporate Procurement, the successful applicant will be responsible for managing both internal and external customers and for working with the appointed _____. While liaising with the _____ team, _____, and related stakeholders, you will also be involved in providing business support to optimize finance-logistics processes, order _____, and logistics costs. 30 Other responsibilities include providing initiatives to help maximize company business profitability and efficiency. The ideal candidate should have a degree in _____ management or logistics management with a deep understanding and knowledge of the China logistics market. You should have at least 5 years' experience in a multinational company and you should possess outstanding _____ skills. Based in Macau, excellent _____ of English and Cantonese is a must with Mandarin an advantage.

If you are interested in this role, please send your CV in Word format to ...

IV. Read the job advertisement again and answer the questions.

1. What area will the new corporate procurement manager head?
2. What are the procurement manager's main responsibilities? List two or three.
3. Who will he/she collaborate with closely in his/her job?
4. What qualifications are expected?
5. What kind of experience is required?

V. Can you think of other areas which are important in procurement? Discuss with a partner.

Text 3. Writing Covering Letter

I. Read and translate the following text.

When you apply for a job with a curriculum vitae, it's important to include a cover letter, also known as a covering letter, with your CV. This letter allows you to make a favorable first impression, using narrative in your own tone of voice to catch the reader's attention and encourage them to give a serious review to your attached resume.

Curriculum Vitae / Cover Letters

A cover letter should be included with every curriculum vitae you send, and should also be tailored to respond to the unique and specific requirements requested by each organization you are approaching; don't try to use the same cover letter for every job you apply for.

This letter needs to provide detailed information on why you are qualified for the job. It should also outline the reasons for your interest in the company or organization to which you are applying.

Use your cover letter to identify the most relevant skills or experiences specific to the job, rather than restating the information in your CV. If you're writing a cover letter for a position at a college or university, here's how to write an academic cover letter.

What to Include in Your Curriculum Vitae Cover Letter

Kevin Fitzgerald is the North American Marketing Communications Manager for Michael Page International, one of the world's leading professional recruitment consultancies. He provides the following suggestions about what information to incorporate into your curriculum vitae cover letter.

The content of your cover letter should be brief and structured; avoid lengthy repetition of information covered in your CV. Unlike a CV, it is acceptable to write a cover letter in the first person. Your letter should address the relevant contact, whose name often appears in the job advertisement. Avoid "Sir" or "Madam" if possible.

If you are replying to a job ad, say so. Mention the job title, any reference number, and where and when you saw it.

In some cases an advert will indicate that a more substantial letter is required. Always follow specific instructions and include any information if it is particularly requested (for example, your current salary).

Briefly outline your current situation and why you are seeking change. Include mention of your current or last job, qualifications, and professional and academic training, tailoring your information to make it as relevant as possible to the organization or job applied for.

Tell the potential employer a little about themselves to demonstrate you have properly read the position description and that you have done some research into the organization. Also, state why you are interested in them as an employer.

You need to succinctly emphasize why an employer may want to meet and employ you. Highlight your transferable skills, achievements and versatility: what you can contribute and what makes you stand out from your competition. You can also mention personality traits relevant to the role applied for, taking care not to appear too subjective.

Ensure that your CV covering letter flows freely, however, and does not slavishly match every point on the job description. The reader should be left with an overall impression that you are a potentially valuable addition to the workforce.

Negative information of any sort should be avoided in your cover letter as well as on your CV.

Close your letter with a polite expression of interest in further dialogue with the recruiter. Do mention that you would like the opportunity to discuss your suitability further in a personal interview and that you await a response in due course.

Ensure your letter is neatly and clearly presented with no grammatical or spelling errors.

Email covering letters should be written in a common font (such as Times New Roman, Verdana, or Courier New) with standard formatting and should emulate a handwritten letter in terms of style.

Below you will find Ann Jackson's covering letter:

52 Hanover Street
Edinburgh
EH2 5LM
UK

Emily Stark
Futura Gmbh
Blumenstrasse 120
8000 Munich 22

8th January 2017

Dear Ms Stark,

I'm writing to apply for the position which was advertised last month in The Daily News.

Although I am presently employed by a non-profit organization, it has always been my intention to work in commercial environment. I would particularly welcome chance to work for your company as I have long admired both the quality of the products that it provides and its position as a defender of environmental causes. As you notice on my enclosed CV, the job you are offering suits both my personal and professional interests.

My work experience has familiarized me with many of the challenges involved in public relations today. I am sure that this, together with my understanding of the needs and expectations of sport and nature enthusiasts, would be extremely relevant to the

position. Moreover, as my mother is German, I am fluent in this language and would definitely enjoy working in a German-speaking environment.

I would be pleased to discuss my curriculum vitae with more detail at an interview. In the meantime, please do not hesitate to contact me if you require further information. I look forward to hearing from you.

Yours sincerely,
Ann Jackson

II. Write down the job that you are applying for.

Job title _____

Company _____

Prepare for a mini-interview. Decide which of the following questions you want to answer and fill in any gaps with your own personal information. Add a question of your own that you want the interviewer to ask you. Then work with a partner to discuss how you would answer them.

- Why did you apply to this company? What do you know about our company?
- What do you know about this business?
- What do you know about this market?
- What do you know about our products?
- What interests you most about this job?
- What can you bring to this position? Why should we employ you in preference to the other candidates?
- You have very little experience in. How will you deal with this?
- You appear to be a little young/old for this position.
- Are you prepared to travel?

III. Work with a new partner and have a formal mini-interview.

Interviewee Before you start, give the interviewer this worksheet with the job title and company you are interested in and show him/her which questions you have prepared.

Interviewer Look at the interviewee's chosen job and check you understand what it is. Then use the questions you are given. Listen carefully and ask follow-up questions.

IV. Complete the sentences with words from the box.

Experience, background, hours, knowledge, company, job
--

1. You need to have a through _____ of reverse logistics to apply for this position
2. He s not with his mundane _____.
3. Alibaba is a widely recognized and prosperous _____.
4. Most of our employees work flexible _____
5. The pay depends on previous _____
6. Our course is designed on provide the analytical _____ necessary for

students wishing to study business now.

1.3 BUSINESS CORRESPONDENCE

Text 1. Meaning and Importance of Business Correspondence

I. Find Russian equivalents to the English words.

- | | |
|-------------------------|---------------------------------------|
| 1. customer | a. запрос |
| 2. salesman | b. покупатель, клиент |
| 3. enquiry (inquiry) | c. памятка, памятная записка |
| 4. complaint | d. коммерческое предложение |
| 5. memo | e. жалоба (рекламация) |
| 6. letter of adjustment | f. покупка товаров |
| 7. correspondence | g. повышение в должности, продвижение |
| 8. purchase of goods | h. письмо ответ на рекламацию |
| 9. goodwill | i. продавец |
| 10. suggestion | j. переписка |
| 11. promotion | k. доброжелательность |
| 12. to enhance sales | l. показ, планировка, расположение |
| 13. layout | m. увеличить продажи |

II. Read and translate the following text.

In our day to-day life we exchange our ideas, thoughts and other information with our friends, relatives and other people. Sometimes we directly talk to them and sometimes we also write letters to them. In letters we express our feelings in a few words, we may ask for any information or we may write about a complaint in connection with our problems. Similarly businessmen also exchange ideas, information by writing letters. They communicate business information to customers, suppliers and others and at the same time receive a variety of letters from them. So let us know about different types of letters used in the process of business transactions.

Business letters may be divided into *official* and *semi-official*. The first kind of letters is characteristic of those people working in business: an executive, a department manager, a salesman, a secretary or a specialist in business and technology. Official letters include enquiries, offers, orders, complaints, memos, letters of adjustment, and so on. But if people want to congratulate or thank somebody, to accept an invitation, this is a kind of semi-official letters.

Communication through exchange of letters is known as correspondence. We communicate our feelings, thoughts etc. to our friends and relatives through letters that may be called personal correspondence. A Businessman also writes and receives letters in his day to-day transactions, which may be called business correspondence. Business correspondence or business letter is a written communication between two parties. Businessmen may write letters to supplier of goods and also receive letters from the suppliers. Customers may write letters to businessmen seeking information about availability of goods, price, quality, sample etc. or place order for purchase of goods. Thus, business letters may be defined as a media or means through which views are expressed and ideas or information is communicated in writing in the process of business activities.

Nowadays business operations are not restricted to any locality, state or nation. Today production takes place in one area but consumption takes place everywhere. Since the businessmen as well as customers live in far off places they don't have sufficient time to contact each other personally. Thus, there arises the need for writing letters. In the past the situation was not so. Business letters were not essential in olden days. But now the importance of letters has increased because of vast expansion of business, increase in demand as well as supply of goods.

Let us learn about the *importance* of business letters.

1) Help in maintaining proper relationship

Nowadays business activities are not confined to any one area or locality. The businessmen as well as customers are scattered throughout the country. Thus, there is a need to maintain proper relationship among them by using appropriate means of communication. Here business letters play an important role. The customers can write letters to the businessman seeking information about products and businessmen also supply various information to customers. This helps them to carry on business on national and international basis.

2) Inexpensive and convenient mode

Though there are other modes of communication like telephone, telex, fax, etc. but business information can be provided and obtained economically and conveniently through letters.

3) Create and maintain goodwill

Sometimes business letters are written to create and enhance goodwill. Businessmen at times send letters to enquire about complaints and suggestions of their customers. They also send letters to inform the customers about the availability of a new product, clearance sale etc. All this results in cordial relations with the customers, which enhances the goodwill of the business.

4) Serves as evidence

We cannot expect a trader to memorise all facts and figures in a conversation that normally takes place among businessmen. Through letters, he can keep a record of all facts. Thus, letters can serve as evidence in case of dispute between two parties.

5) Help in expansion of business

Business requires information regarding competing products, prevailing prices, promotion, market activities, etc. If the trader has to run from place to place to get information, he will end up doing nothing. It will simply result in loss of time. But through business letters, he can make all enquiries about the products and the markets. He can also receive orders from different countries and, thus enhance sales.

Business Letter Layout

There are two styles of laying out now in common use: the semi-blocked layout and the fully blocked layout. Informal handwritten letters are best laid out in the semi-blocked style. When typing or word-processing a letter, it is possible to choose between the two layouts, but if you are writing letters on behalf of a company check back in the filing to find out which of the two the company prefers to use. If you need to	In the block style (which is more widely used now in the business context because it tends to look less informal):
---	--

send a formal letter but can not get to a typing machine or a computer, it is the best to use the fully-blocked style. But whichever style you choose, you must be consistent and use that style all through the letter. In the semi-blocked style:	
1. each paragraph is indented from the left-hand edge of the page; 2. the complimentary close and the signature are also indented; 3. the date and the reference number are placed on the same line at the top of the page; 4. the subject heading is centered under the salutation; 5. standard punctuation (a comma at the ends of the lines in an address, after the salutation and the complimentary close, and in the date) is used	1. each paragraph is started flush left rather than indented; 2. the complimentary close, signature and subject heading are also typed flush left; 3. the reference and date have a line to themselves; 4. a line space is left between each two paragraphs; 5. open punctuation of addresses, dates, salutations and complimentary closes (which entails use of no punctuation) is applied

How to Write Business Letters

On the job secretaries most often write short letters or fix-messages. Businesspersons have always used powerful communication to achieve wealth and position. The right message at the right time and place is a success. The principles of good correspondence are 1) writing often and 2) responding quickly. The keys to letter writing art still exist. If you wish to follow them, you will see the improvement in your very next letter.

1. Begin from the end. Decide what you would like to happen as a result of your letter. Want money? To sell something? A promotion? Summarize your letter in a sentence. The best letters have a strong sense of purpose.
1. Put yourself in your reader's place. Therefore be friendly and nice. Never write in anger. Your anger will evaporate: your letter will remain. Find ways to turn negative statements into positive ones. Show your good manners: be sincere, tactful and polite. Whenever you can, use pronouns *I*, *we*, and *you* addressing your reader by name «Dear Ms. White».
2. Write plainly and clearly. Keep your sentences short — one idea in each. Any sentence longer than two typed lines is automatically suspect. Try to write the way you talk. Your letter should be easy to read and well structured.
3. Decide what information is important and what is irrelevant. Write exactly to the subject; don't use personal information and purposeless phrases. Make your letter persuasive and informative. Chop out the whole paragraphs if they do not contribute. In particular, pay attention on adjectives as Voltaire wrote «The adjectives is the enemy of the noun. »
4. Use passive verbs. The passive voice sounds more polite. Not to write «I have misdirected your invoice» use «Your invoice has been misdirected» instead.
5. Check your grammar, spelling, punctuation, and style. Set up a clean, logical format for your letter. Be careful with dates, addresses, figures, and punctuation in particular countries. Use only common, internationally accepted abbreviations

and full grammar forms. Read the text aloud to yourself, or, better, to someone else and ask him or her to look critically at your draft.

6. End the letter with an action step. The last sentence of your letter should suggest the reader's or your own next move like «If you have any problems, please do not hesitate to call us at...».

III. Learn the following expressions.

Apologies and regrets

We regret being unable to ... Сожалеем, что мы не можем ...

Unfortunately we cannot... К сожалению, мы не можем ...

Please accept our apologies for ... Просим принять наши извинения за ...

We express our apology that... Извините нас за ...

We offer (make) our apologies ... Мы приносим свои извинения ...

Gratitude

We would be very much obliged... Мы были бы весьма признательны ...

We shall be grateful to you ... Мы будем Вам благодарны ...

IV. Read the words. Make two columns of synonyms (informal style – formal style)

Big, satisfactory, to thank, to improve, to give, substantial, to dispatch, a buy, to be grateful, so-so, to obtain, correspondence, proposal, incorrect, to send, to inform, to get, to supply, to show, a purchase, to tell, to indicate, wrong, to get better, to be obliged to smb., to get worse, to owe, letters, idea, to decline.

V. Rewrite the sentences in formal business style.

1. We want you to give us your answer immediately.
2. We've got none of the items in stock.
3. Please don't change the supplier.
4. We can't tell you about delivery because we don't know.
5. Your cheque is wrong.
6. We have been waiting too long for payment.
7. Your order will be late.
8. You still owe us \$ 1000.

VI. Fill in the blanks with suitable words.

1. Business letters serve as a/an in case of dispute in business transactions.
2. It is for the businessmen to remember all facts without correspondence.
3. Business letters build.....for a businessman.
4. Business letters are written toinformation.
5. Business letter is the most.....mode of communication.

VII. Say if the following statements are false or true. Correct the false sentences.

1. Letter is a form of written communication.
2. Through business letter personal contact can be maintained between buyer and seller.

3. Business letters lead to decline the goodwill of the firm.
4. Letter is a convenient and economic mode of communication.
5. Business letters do not help in removing misunderstanding between buyer and seller.

Text 2. Parts of a Business Letter

I. Read and translate the following text.

The essential parts of a business letter are as follows:

Heading. The heading of a business letter usually contains the name and postal address of the business, E-mail address, Web-site address, Telephone Number, Fax Number, Trade Mark or logo of the business (if any)

Date. The date is normally written on the right hand side corner after the heading as the day, month and years. Some examples are 28th Feb., 2003 or Feb. 28, 2003.

Reference. It indicates letter number and the department from where the letter is being sent and the year. It helps in future reference. This reference number is given on the left hand corner after the heading. For example, we can write reference number as AB/FADept./2003/27.

Inside address. This includes the name and full address of the person or the firm to whom the letter is to be sent. This is written on the left hand side of the sheet below the reference number. Letters should be addressed to the responsible head e.g., the Secretary, the Principal, the Chairman, the Manager etc.

It is a statement in brief, that indicates the matter to which the letter relates.

It attracts the attention of the receiver immediately and helps him to know quickly what the letter is about. For example,

Subject: Your order No. C317/8 dated 12th March 2003.

Subject: Enquiry about Samsung television

Subject: Fire Insurance policy

Salutation –This is placed below the inside address. It is usually followed by a comma (,). Various forms of salutation are:

Sir/Madam: For official and formal correspondence

Dear Sir/Madam: For addressing an individual

Dear Sirs/Dear Madam: For addressing a firm or company.

Body of the letter. This comes after salutation. This is the main part of the letter and it contains the actual message of the sender. It is divided into three parts.

(a) Opening part – It is the introductory part of the letter. In this part, attention of the reader should be drawn to the previous correspondence, if any. For example with reference to your letter no. 326 dated. 12th March 2003, I would like to draw your attention towards the new brand of television.

(b) Main part – This part usually contains the subject matter of the letter. It should be precise and written in clear words.

(c) Concluding Part – It contains a statement the of sender's intentions, hopes or expectations concerning the next step to be taken. Further, the sender should always look forward to getting a positive response. At the end, terms like Thanking you, With regards, With warm regards may be used.

Complimentary close. It is merely a polite way of ending a letter. It must be in accordance with the salutation

Signature. It is written in ink, immediately below the complimentary close. As far as possible, the signature should be legible. The name of the writer should be typed immediately below the signature. The designation is given below the typed name. Where no letterhead is in use, the name of the company too could be included below the designation of the writer. For example:

Yours faithfully

For M/S Acron Electricals (Signature) SUNIL KUMAR Partner

Enclosures. This is required when some documents like cheque, draft, bills, receipts, lists, invoices etc. are attached with the letter. These enclosures are listed one by one in serial numbers. For example :

Encl : (a) The list of goods received

(b) A cheque for Rs. One Thousand dt. Feb. 27,2003 (Cheque No)
towards payment for goods supplied.

Copy circulation. This is required when copies of the letter are also sent to persons apart of the addressee. It is denoted as C.C. For example,

C.C. a. The Chairman, Electric Supply Corporation

b. The Director, Electric Supply Corporation

c. The Secretary, Electric Supply Corporation

Post script. This is required when the writer wants to add something, which is not included in the body of the letter. It is expressed as P.S. For example,

P.S. In our offer, we provide two years warranty.

II. Fill in the blanks.

1. The complementary close must be in accordance with the _____.
2. Below the signature and name of the writer, his ____ is also written.
3. In the main part of the body of the letter ____ is written..
4. Dear Sir is the form of ____.
5. The body of the letter is usually divided into _____ part(s).

III. Put different parts of a business letter in correct order.

Body of the letter

Complimentary close

Copy Circulation

Date

Enclosures

Heading

Inside Address

Post Script

Reference

Salutation

Signature

Subject

IV. The following are “7 Steps of Planning a Letter”. Some of the key words are scrambled. Unscramble them.

1) Write down your **ami 1.** _____: what is the purpose of the letter?

2) **aemslsbe 2.** _____ all the relevant information and documents: copies of

previous correspondence, reports, figures, etc.

3) **ngaearr 3.**_____the points in order of importance. Decide which points are irrelevant and can be left out. Make rough notes.

4) Write an **inolute 4.**_____in note form. Check it through considering these questions:

5) Have you left any important points out?

6) Can the order of presentation be made clearer? Have you included anything that is not relevant?

7) Write a **first artdf 5.**_____, leaving plenty of space for changes and revisions.

8) **evrsei 6.**_____your first draft by considering these questions:

9) Information: does it cover all essential points? Is the information **relevant, cor- rect and ecopletm 7.**_____?

10) English: are the Grammar, spelling and punctuation correct?

11) Style: does it look attractive? Does it sound natural and sincere? Is it **clear, concise and cusorteou 8.**_____? Will it give the reader the right impression? Is it kind of letter you would like to receive yourself?

12) Write, type, word-process or dictate your **final vinoers 9.**_____.

V. Answer the following questions.

1. What is the purpose of a business letter today?
2. Which layout of a letter is more preferable in business today? Why?
3. What does the letterhead of a business letter consist of?
4. Why is the month in the date not recommended to write in figures?
5. How to write the address in GB and the USA? (Write your home address as an example)
6. What salutations and complimentary closes are the most frequent in business letters?
7. How is the body of a business letter arranged?
8. What abbreviations and indications are used in business letters? What do they stand for?
9. What do formal and informal language styles differ in? What is a business letter style like?
10. What are the golden rules of business letter-writing?

Text 3. Types of Business Letters

I. Read and translate the following text.

Business letters are written for the fulfillment of several purposes. The purpose may be to enquire about a product to know its price and quality, availability, etc. This purpose is served if you write a letter of enquiry to the supplier. After receiving your letter the supplier may send you details about the product as per your query. If satisfied, you may give order for supply of goods as per your requirement. After receiving the items, if you find that the product is defective or damaged, you may lodge a complaint. These are the few instances in which business correspondence takes place. Let us learn the details about some important business letters.

Inquiry

If you already know what goods a company supplies but need more information, you can send a **specific inquiry** asking for terms of delivery and payment, delivery times, discounts, types of packing and other details.

The structure of an inquiry is as follows:

1. **Opening (giving the source of information about the company)**

— *We have learnt from...* — Мы узнали от ...

— *We read your advertisement in...* — Мы прочитали Вашу рекламу в ...

— *We have heard of your products from ...* — Мы узнали о продукции Вашей компании из ...

— *We have seen your current catalogue showing ...* — Мы обратили внимание на Ваш последний каталог, в котором описаны ...

— *We were given your name by...* — О Вашей компании мы узнали от...

— *You were recommended to us by...* — Вашу компанию нам рекомендовали...

— *We were impressed by ... that you displayed at ... exhibition held in...* — Нам очень понравился ..., показанный на выставке, проведенной в ...

Asking for details; catalogues, samples, price-lists

— *We are interested in buying (importing, etc.) ...* — Мы хотели бы купить (импортировать и т. п.)...

— *Please inform us (let us know) as soon as possible ...* — Просим сообщить нам как можно скорее ...

— *Would you please inform us if (about)...* — Просим сообщить нам, ...

— *We would ask you to let us have a quotation for ...* — Сообщите нам, пожалуйста, расценки на ...

— *Would you kindly quote your prices and terms of delivery (terms of payment, etc.) for ...* — Не могли бы вы установить нам цены и условия поставки (условия оплаты и т. п.) на ...

— *We would like to have further details about...* — Мы бы хотели получить более подробную информацию о ...

— *Please send us samples of... (your catalogues, leaflets, etc.)* — Просим выслать нам образцы ... (каталоги, брошюры и т. п.)

— *Could you please send us your current catalogue and price-list for...* — Просим выслать нам Ваш действующий каталог и расценки на...

— *We would appreciate your sending us ...* — Будем признательны, если Вы предоставите нам...

— *We would like to know more about...* — Мы хотели бы узнать больше о ...

2. **Introducing your company**

— *As distributors we have a large network of...* — Как дистрибьюторы мы имеем обширную сеть ...

— *We are distributors (importers, retailers, etc.) of...* — Мы являемся дистрибьюторами (импортерами, продавцами и т.п.)...

— *For over ... years our company has been importing from western countries* ...Более, чем ... лет наша компания импортирует из западных стран ...

— *Our company was founded in...* — Наша компания была основана в ... году.

— *Our company is a subsidiary of ... and specialize in ...* — Наша компания является филиалом ... и специализируется на ...

— *We are one of the main producers of ...* — Мы являемся одним из главных

производителей

3. ***Suggesting terms***

— *We usually deal on ...*— Мы обычно работаем на условиях ...

— *As a rule our suppliers allow us to...*— Как правило, наши поставщики со- гласны, чтобы мы..

— *We would like to point out that... is essential...*— Хотелось бы отметить, что... очень важно..

— *Prompt delivery would be necessary...*— Нам необходима срочная поставка ...

— *We usually effect payment by letter of credit (cheque, bank transfer, etc.).* — Мы обычно производим оплату путем открытия аккредитива (чеком, переводом и т. п.)

4. ***Closing (expressing hope for future cooperation)***

— *If your prices are competitive (the samples meet the standards, your equipment complies with our requirements, etc.) we may be able to let you have regular orders.*

— Если ваши цены устроят нас (образцы будут удовлетворять требованиям стандартов, ваше оборудование будет удовлетворять нашим требованиям и т. п.), мы будем регулярно заказывать вашу продукцию.

— *We look forward to your early reply.* — С нетерпением ждем Вашего ответа.

— *Your prompt answer will be (would be) appreciated.* — Будем признательны за быстрый ответ.

Points to be kept in mind while writing letters of enquiry

— Letters of enquiry should clearly state the information required, which may be asking for a price list or a sample.

— Write specifically about the design, size, quantity, quality, etc. about the prod- uct or service in which the buyer is interested.

— The period or the date, till which information is required, may also be men- tioned.

II. ***Read the sample and answer the following questions.***

Sample of Inquiry

Pet Products Ltd.
180 London Road
Exeter EX4 4JY
England

25th February 2017

Dear Sirs

We read your advertisement in the 'Pet Magazine' of 25th December. We are interested in buying your equipment for producing pet food.

Would you kindly send us more information about this equipment:

- price (please quote CIF Minsk price)
- dates of delivery
- terms of payment

- guarantees
- if the price includes the cost of equipment installation and our staff training.

Our company specializes in distributing pet products in Belarus. We have more than 50 dealers and representatives in different regions and would like to start producing pet food in Belarus.

If your equipment meets our requirements, and we receive a favourable offer, we will be able to place a large order for your equipment.

Your early reply would be appreciated.

Yours faithfully

V. Smurov

Export-Import Manager

Comprehension:

1. Who is the sender of this inquiry and what is he interested in?
2. Is this inquiry general or specific? Why?

III. Which of the following statements about business enquiry letters do you consider to be correct?

1. By writing these letters, a buyer gets information about the prices of goods.
2. In business enquiry letter the writer cannot ask for sample of goods.
3. Here the writer doesn't give information about the quantity of possible purchases.
4. The seller supplies the relevant information to the buyer through such a business letter.
5. Letter written in response to business enquiry letter is called Quotation letter.

IV. Expand on the following statements.

1. Correspondence plays an important role in our daily life.
2. Business operations are not limited to any locality, state or nation. Since businessmen live at distant places they do not have sufficient time to contact their customers personally. This difficulty has been overcome by writing letters.
3. Business letters help in maintaining proper relationship. It is inexpensive and convenient mode of communication.

Offers

After receiving the letter of enquiry from a prospective buyer, the sellers supply the relevant information by writing a letter that is called quotation or offer letter. These letters are written keeping in view the information asked for like price list, mode of payment, discount to be allowed etc. Businessman should reply to the inquiries carefully and promptly.

Solicited offers are made in answer to an enquiry, whereas **unsolicited offers** are sent on the seller's own initiative in the hope of interesting potential customers. Offers are usually accompanied by catalogues, price-lists, leaflets, pictures and sample goods to prove the information and attract the customer.

Firm (binding) offer: The seller must provide the goods at the prices and terms given in his offer, and may not change or withdraw his offer after it has been made. However, he can state how long he binds himself to his offer (e.g. "This offer is valid until 15th. October").

Offer without engagement (non-binding offer): Certain factors may mean that the seller does not want to bind himself to the terms of his offer, for example in the case of certain goods where the prices fluctuate (oil, gold), if stocks are limited, or if industrial disputes mean he may not be able to deliver on time. In such cases, he can include certain phrases to make it clear that he may withdraw his offer at any time.

Offers have the following structure:

1. *Why are you writing*

- *Thank you for your enquiry of ...* — Благодарим за запрос от ...
- *We were pleased to learn your interest in...* — Нам было приятно узнать о Вашей заинтересованности в ...
- *We are most pleased that you want to buy ...* — Мы очень довольны, что Вы пожелали купить ...
- *We are glad to say that we can reserve you ...* — Мы рады сообщить, что можем оставить за Вами ...
- *It is generous of you to take so much interest in our work...* — Было очень любезно с Вашей стороны проявить такой интерес к нашей работе ...
- *We take pleasure to send you the desired samples and offer ...* — С удовольствием посылаем выбранные Вами образцы и предлагаем ...
- *As to your inquiry of... we are informing you that...* — На Ваш запрос от ... мы сообщаем Вам, что ...

2. *Answering the customer's questions (giving information)*

- *We enclose our catalogue with the latest price-list.* — Мы прилагаем наш каталог с новейшим прейскурантом.
- *Our proposal is valid till...* — Наше предложение действительно до ...
- *We deliver our goods on CIF terms.* — Мы поставляем на условиях СИФ.
- *The price covers packing and transportation expenses.* — Цена включает упаковку и транспортные расходы.
- *We can give you a 5 per cent discount.* — Мы можем предоставить Вам 5 % скидку.
- *As you can see from our price-list, our prices are at least by 3 % lower than market ones.* — Как видно из нашего прейскуранта, наши цены по крайней мере на 3% ниже рыночных.

3. *Giving additional information (making additional offers)*

- *I call your attention especially on item ...* — Я особенно обращаю Ваше вни-

мание на позицию...

— *Besides above mentioned goods our company produces also...* — Кроме упомянутых выше товаров наша фирма производит также...

— *We would like to recommend you especially the following positions in the price-list...* — Мы хотели бы особенно порекомендовать Вам следующие позиции в прейскуранте...

— *The model ... will most meet your requirements.* — Для Ваших целей Вам лучше всего подойдет модель ...

4. Closing (expressing hope for future orders)

— *We ask you to discuss our proposal once more and inform us whether we could expect getting your order.* — Мы просим Вас еще раз обсудить наше предложение и сообщить нам, можно ли рассчитывать на получение заказа.

— *I ask you to make the order faster as the quantity of this product at our warehouse is limited.* — Я прошу Вас быстрее оформить заказ, так как количество этого товара на складе ограничено.

— *We would appreciate if we get the order from you as soon as possible.* — Мы были бы очень рады получить от Вас заказ как можно скорее.

— *If you are not happy with our proposal please inform us about its reason.* — Если Вас не устраивает наше предложение, просим сообщить нам о причине.

— *We are looking forward to hearing from you soon.* — С нетерпением ждем ответа.

V. Read the sample and answer the following questions.

Sample of Offer

Mr. Fred North
Purchasing Manager
Broadway Autos

November 11 2017

Dear Mr. North

Thank you very much for your enquiry. We are of course very familiar with your range of vehicles and are pleased to inform you that we have a new line in batteries that fit your specifications exactly.

The most suitable of our products for your requirements is the Artemis 66A Plus. This product combines economy, high power output and quick charging time and is available now from stock. I enclose a detailed quotation with prices, specifications and delivery terms. As you will see from this, our prices are very competitive.

I have arranged for our agent Mr. Martin of Fillmore S.A. to deliver five of these batteries to you next week, so that you can carry out the laboratory tests. Our own laboratory reports, enclosed with this letter, show that our new Artemis 66A Plus performs as well as any of our competitor's product and, in some respects, outperforms them.

If you would like further information, please telephone or telex me: my exten-

sion number is 776. Or you may prefer to contact Mr. John Martin of Fillmore S.A.: his telephone number is 01 77 99 02.

I look forward to hearing from you. Yours sincerely

Fred Stock Enc.

Comprehension:

1. How does the seller try to interest his potential customer?
2. What kind of offer is it:: solicited or unsolicited? Why?

IV. Learn the following words

to do business	вести торговлю (дела)
general enquiry	общий запрос
specific enquiry	специальный запрос
terms of delivery	условия поставки
delivery times	срок поставки
terms of payment	условия оплаты
discount	скидка
packing	упаковка
to place an order	разместить заказ

quotation	расценки; прайс-лист
solicited offer	ответное предложение по запросу
unsolicited offer	предложение по собственной инициативе
binding offer	твердое предложение
non-binding offer	предложение без обязательств
to withdraw	отменить, отозвать
valid	действительный, имеющий силу
to fluctuate	колебаться
limited stocks	ограниченный запас

V. Expand on the following statements.

1. Business Correspondence creates and maintains goodwill
2. Business Correspondence serves as evidence
3. Business Correspondence helps in expansion of business.

Orders.

If the buyer is satisfied with the terms of the seller's offer, he may then place an **order**. Orders are usually written on a company's official form which has a reference number that should be quoted in any correspondence which refers to the order. An order form should always be accompanied by a **covering letter** which gives the opportunity to make any necessary points clear. If the seller (supplier) is ready to meet the order, in reply to these he should send a **letter of acknowledgement (confirmation)** thanking for the order and confirming the terms that have been agreed or informing about possible changes in prices, dates, etc. If the seller (supplier) is not able to execute the order, he sends a **letter of refusal (rejection)** which explains the reason and offers a possible alternative or substitute.

There are a number of different types of order: trial, firm, standing, initial, follow-up, advance, bulk, repeat orders and merchandise on call. **Order structure** includes the name and the quantity of the goods to be delivered, their description (size, colour, model) as well as other terms (price, delivery, payment, packing, etc.).

1. Orders (covering letters).

- *We have carefully examined your offer (samples)...* — Мы внимательно изучили Ваше предложение (образцы)...
- *We wish to order on the basis of ...* — Мы желаем сделать заказ по ...
- *We wish to place the following order with you.* — Мы желаем разместить у Вас следующий заказ.
- *Please send (supply) us...* — Просим поставить нам...
- *We require the goods within ten days.* — Просим доставить товар в течение десяти дней.
- *In reply to your letter of ..., we thank you for...* — В ответ на Ваше письмо от ... ,мы благодарим Вас за ...
- *We are pleased to enclose our Order No. ...* — Имеем удовольствие приложить к письму наш заказ №...
- *We accept your offer and have pleasure in placing an order with you for...* — Мы принимаем Ваше предложение и имеем удовольствие разместить у Вас заказ

2. Acknowledging an order

- *Thank you very much for your order of ...* — Благодарим Вас за заказ от ...
- *As requested (agreed)...* — Как Вы просили, ...
- *We confirm that...* — Мы подтверждаем, что...
- *Your order is now ready for delivery.* — Ваш заказ готов к доставке.
- *In accordance with your instructions...* — В соответствии с Вашими инструкциями...
- *We must modify your order slightly.* — Мы вынуждены немного изменить Ваш заказ.

3. Refusing an order

- *We are sorry (regret) to inform you that we cannot... because of...* — К сожалению, вынуждены сообщить Вам, что мы не можем... по причине...
- *... is not available at the moment.* — ... в настоящее время нет в наличии.
- *We can offer you a substitute.* — Мы можем предложить Вам замену.
- *We are sorry to say that we must turn down your order as...* — К сожалению, мы должны отклонить Ваш заказ, так как...

(Sample of Order)

ORDER		No. 142 (please refer to this number on all correspondence)
Men's Clothes Dealers Ltd. 142 South Road Sheffield S20 4HL England		
		21th March, 2017
Please supply 200 men's silk shirts in the colours and sizes (collar) specified below:		
Size	Colour	Quantity
14	white	70
14	blue	30
15	white	70
15	blue	30
Price:	\$10.53 each (total	\$4212)
—		
Delivery:	air freight, CIF Kiev	
Payment:	by letter of credit	
Packing:	standard	
p.p. Chief Buyer Alexey Postnikov Visteria Ltd.		

Men's Clothes Dealers Ltd.
142 South Road
Sheffield S20 4HL
England

21st March 2017

Dear Sirs

Our Order for Silk Shirts

In response to your letter of 17th March, we thank you for sending us your catalogues of men's silk shirts. We are sure there will be a great demand for them in Belarus.

We are enclosing our Order No. 142, and would ask you to return its duplicate to us, duly signed, as an acknowledgement.

Yours faithfully
Vladimir Smurov
Export-Import Manager

Enc. Order No. 142

VI. Learn the following words

trial order	пробный заказ
firm order	твердый заказ
standing order	постоянный заказ
initial order	первоначальный заказ
follow-up order	последующий заказ
merchandise on call	товар по требованию
advance order	предварительный заказ
bulk order	оптовый заказ
repeat order	повторный/ многократный заказ
to acknowledge	подтверждать
to refuse/reject	Отклонять
to meet/execute	выполнять

VII. Match the types of orders from the vocabulary box and their definitions.

- A. The customer places one order for a certain quantity of goods to be delivered at regular intervals, e.g. 500 kg. of coffee on the first day of each month.
- B. The second order placed with a company.
- C. The customer orders a small quantity of goods to test the quality.
- D. The customer commits himself to buying the goods. This order may have a fixed delivery date.
- E. The first order placed with a company.
- F. The customer orders the goods a long time before he needs them or before they are available.
- G. The customer orders goods in large quantities.
- H. The customer orders exactly the same goods as before.
- I. The customer places one order for a quantity of goods which he has delivered in parts as and when he needs them.

VIII. Act out the following dialogues:

DISCUSSING A DISCOUNT

Sokolov: We've carefully studied all the technical data we got from you. Model

GH-66 is just what we need.

Black: I'm pleased to hear it.

Sokolov: But I'm sorry to say that your price seems too high.

Black: I'm afraid I can't agree with you here. Our price is quite reasonable if you consider the superior quality of our machine-tools. Besides prices for this type of equipment are going up. These machine-tools, as you know, are in great demand now.

Sokolov: Yes, we know that. We're in close touch with the world market. But your competitors quote lower prices.

Black: I'm afraid we can't reduce the price. However, we could give you a discount, if you order more than 10 machine-tools.

Sokolov: What discount could you give us?

Black: About 3 per cent.

Sokolov: I see. Now, could I see the machine-tool in operation at your factory?

Black: That can be easily arranged. I'll see to it.

Sokolov: Thank you. As to the price I think we'll settle it after we seen the machine-tool in operation.

DISCUSSING THE OFFER

Bogdanov: We've gone through the technical data and seen your Matrix 67 in operation. The machine seems good to us.

Smith: Yes, the machine is really good. Its capacity is much higher than the capacity of similar models and the finish is excellent.

Bogdanov: Yes, it is. Yet the price you are quoting is rather high, could you revise it?

Smith: I'm afraid that will hardly be possible. I think you know that prices of raw materials have gone up lately. Yet, I'll look into the matter and see what we can do. How many machines are you going to buy?

Bogdanov: If we agree on the price we could buy 6 machines for delivery in 3 lots. Could you guarantee prompt delivery of the first lot?

Smith: Well, we could ship them say ... two months after the order is signed.

Bogdanov: That's fine. I believe your terms of payment remain the same as under our previous contract, don't they?

Smith: Yes, that's right, there's no change.

Bogdanov: What's your guarantee period?

Smith: 24 months after dispatch. It goes without saying you should strictly observe our operation and maintenance instructions.

Bogdanov: No doubt, we shall.

Smith: The guarantee does not apply to quick-wearing parts.

Bogdanov: Can I have a list of quick-wearing parts?

Smith: Yes, here you are.

Bogdanov: Thank you. I'd like to clear up one more point, it's the export license.

Smith: Oh, that'll be all right this time.

Bogdanov: Very good.

Complaint

A complaint letter is written when the purchaser does not find the goods up to his satisfaction. It is normally written by the purchaser when he receives wrong, defective or damaged goods or receives incorrect quantity of goods. It can also be written directly to the transit authority when the goods are damaged in transit. Thus, we may define a

letter of complaint as the letter that draws the attention of the supplier or any other party on account of supply of defective or damaged goods.

Points to be considered while writing a complaint letter:

- Complaint letters should be written immediately after receiving the defective goods.
- Mistakes as well as difficulty due to mistake should be mentioned clearly
- Proposal to correct the mistakes should be made
- Suggestions on how the complaint should be dealt with, i.e., mention of compensation, replacement, discount, cancellation etc, should be made.
- Mention period in which the corrective action should be taken
- Request to be careful in future

In reply to a letter of complaint, the responsible party should send a letter of adjustment which requires patience, tact, and diplomacy. If the claim is reasonable, the defaulter should apologize and inform what will be done to solve the problem. If the claim proves to be unreasonable, the defaulter should explain it logically and propose some way of settling the matter.

1. Letters of Complaint

- *We would like (have) to remind you that...* — Мы хотели бы (вынуждены) напомнить Вам, что...
- *We wish to draw your attention to the fact that...* — Мы хотим обратить Ваше внимание на тот факт, что...
- *We are disappointed to find that...* — К сожалению мы обнаружили, что...
- *We find it necessary to note...* — Считаем необходимым отметить...
- *When we examined the goods, it turned out that (we found that)...* — После осмотра товара оказалось, что...
- *We are returning... and would ask you to replace...* — Возвращаем Вам и просим заменить...
- *We are writing to complain about...* — Обращаемся к Вам с рекламацией по поводу...

2. Letters of Adjustment

- *We have carefully studied your claim...* — Мы внимательно изучили Вашу претензию...
- *You are perfectly correct in saying that...* — Вы совершенно правы в том, что...
 - *We have to admit that ...* — Мы вынужден признать, что...
 - *Please accept our apologies for...* — Примите наши извинения за ...
 - *We can assure you that...* — Можем заверить Вас в том, что...
- *It is not our fault that...* — Это не наша вина, что...
 - *We regret to inform you that we cannot accept your claim because...* — К сожалению, вынуждены сообщить, что мы не можем принять Вашу претензию, поскольку...

Sample of Letter of Complaint

Men's Clothes Dealers Ltd.
142 South Road
Sheffield S20 4HL
England

18th April 2017

Ref: Our Order #142 of 21th March, 2017

Dear Sirs

Thank you for your delivery of men's silk shirts, which we ordered on 21th March, 2017. At the same time we would like to draw your attention to the following.

After examination of the shirts we discovered some manufacturing defects:

- there are oil stains on 12 shirts;
- the colour of buttons of 5 shirts does not match the colour of these shirts;
- one shirt is in a different style.

We are returning defective shirts by separate mail, carriage forward, and would ask you to replace them by shirts in the colours and sizes specified below:

Size	Colour	Quantity
15	white	9
14	blue	6
16	blue	2

We would appreciate a prompt reply.

Yours faithfully

Vladimir Smurov

Export-Import Manager

Letter of Adjustment

Visteria Ltd.
P.O.Box 82
Brest 224000
Belarus

21th April 2017

Ref: Order #142 of 21th March, 2017

Dear Sirs

Your letter of 18th April, 2017, was duly noted. The shirts you returned us are indeed defective. We have to admit that these defects were overlooked by our controller and offer apologies for the oversight.

We are sending you new shirts as a replacement this week by air, carriage paid, and would ask you to confirm their receipt by fax.

If any other problems arise, please do not hesitate to contact us in the shortest possible time.

Yours faithfully

Jack Brown

Claims Department

IX. Learn the following words

complaint	жалоба
the dissatisfied party	пострадавшая сторона
the responsible party	виновная сторона
to make a claim	предъявить претензию
reparation	возмещение
delay	задержка
short-delivery	недопоставка
to adjust/settle	урегулировать, уладить
(un)reasonable	(не)обоснованный

X. Match the phrases to a definite type of letter:

- a) We are in the market with a large quantity of equipment for office use
- b) We know your address from White & Sons
- c) Please supply 15 machines Model ST2.....
- d) We are pleased to send you our samples
- e) Please confirm that you can supply
- f) We would like to have further details about
- g) We advise you that delivery will be made in conformity with your instructions.....
- h) We deliver our goods on CIF terms....
- i) The goods you are awaiting are not available now

XI. Answer the following questions:

- 1) What is the purpose of writing an inquiry (offer, order, a letter of complaint)?
- 2) What are offers usually accompanied by?
- 3) Can a seller send an offer without a buyer's inquiry?
- 4) What are orders accompanied and followed by?
- 5) What are the usual reasons for writing letters of complaint?
- 6) What should a company do in reply to a claim?

XII. Give English equivalents of the following combinations.

Торговать с компанией, поставщик, запрос на компьютеры, условия поставки, образцы товара, устанавливать цены, сделать коммерческое предложение, отклонить предложение, поставлять на условиях СИФ, предоставлять скидку, разместить заказ, выполнить заказ, подтвердить сроки, прилагать прейскурант, конкурентоспособные цены, филиал, аккредитив, нарушить соглашение, предъявить претензию, урегулировать проблему.

XIII. Try your hand in writing business letters.

1). Write an inquiry to the sellers. State that you have visited the Industrial Exhibition in London and have got interested in their new model of computer. You would like them to send you all particulars concerning the delivery dates, prices and discounts.

2). Compose an offer to your potential customers and inform them that you have started producing a new model, give its characteristics. Offer favourable terms of delivery and competitive prices. Mention a discount for regular buyers.

3). Write to a company and tell them that you place on them the responsibility for breaking the agreement. The model you have received is not the model you have ordered. Insist that the adequate goods should be delivered immediately. Ask the seller what you should do with the goods sent to you.

1.4 TEAM BUILDING AND NETWORKING

Text 1. Team Building Rules for Effective Collaboration

I. Learn the English words and their Russian equivalents

- 1. **Team building** – тимбилдинг / построение команды

2. **Effective collaboration** – эффективное сотрудничество
3. **Communication** – коммуникация / общение
4. **Respectful** – уважительный
5. **Constructive feedback** – конструктивная обратная связь
6. **Roles and responsibilities** – роли и обязанности
7. **Strengths** – сильные стороны
8. **Common goals** – общие цели
9. **Reliable** – надежный
10. **Accountable** – ответственный
11. **Trust** – доверие
12. **Participation** – участие
13. **Diverse perspectives** – разнообразие мнений
14. **Conflicts** – конфликты
15. **Constructive resolution** – конструктивное разрешение
16. **Compromise** – компромисс
17. **Celebrate successes** – отмечать успехи
18. **Learn from failures** – учиться на ошибках
19. **Positive attitude** – позитивный настрой
20. **Supportive environment** – поддерживающая среда

II. Read and translate the following text.

Working in a team can be both rewarding and challenging. To ensure smooth cooperation and successful outcomes, it's essential to follow some basic team-building rules. Whether you're working on a project, solving a problem, or participating in group activities, these guidelines will help your team function effectively.

1. Communicate Clearly and Respectfully

Good communication is the foundation of any successful team. Express your ideas openly, but also listen actively to others. Avoid interrupting and be mindful of your tone—constructive feedback is more helpful than criticism.

2. Define Roles and Responsibilities

To prevent confusion, assign clear roles based on each member's strengths. When everyone knows their tasks, the team works more efficiently. However, remain flexible—sometimes roles may need adjustment.

3. Set Common Goals

A team without a shared objective can quickly lose direction. Discuss and agree on clear, achievable goals early on. This keeps everyone motivated and aligned.

4. Be Reliable and Accountable

Complete your tasks on time and to the best of your ability. If you encounter difficulties, communicate early rather than letting the team down at the last minute. Trust is built through consistency.

5. Encourage Participation from Everyone

Some team members may be more outspoken than others. Make an effort to include quieter individuals by asking for their input. Diverse perspectives lead to better solutions.

6. Resolve Conflicts Constructively

Disagreements are natural, but they should be handled respectfully. Focus on the issue, not the person, and work together to find a compromise. A team that resolves

conflicts well grows stronger.

7. Celebrate Successes and Learn from Failures

Acknowledge achievements, no matter how small—it boosts morale. Similarly, if something goes wrong, analyze what happened without blame and use it as a learning opportunity.

8. Maintain a Positive Attitude

Teamwork can be demanding, but a positive mindset helps overcome challenges. Encourage each other, stay open-minded, and remember that every member brings value to the group.

By following these rules, your team will not only work more effectively but also create a supportive and enjoyable environment for everyone involved.

III. Match each term from the list (1-20) with the correct definition (A-T). Write the corresponding letter next to the number.

1. Team building
2. Effective collaboration
3. Communication
4. Respectful
5. Constructive feedback
6. Roles and responsibilities
7. Strengths
8. Common goals
9. Reliable
10. Accountable
11. Trust
12. Participation
13. Diverse perspectives
14. Conflicts
15. Constructive resolution
16. Compromise
17. Celebrate successes
18. Learn from failures
19. Positive attitude
20. Supportive environment

Definitions:

- A. The process of working well together to achieve shared objectives.
- B. The exchange of ideas and information between team members.
- C. Showing politeness and consideration toward others.
- D. Feedback that helps improve performance rather than just criticizing.
- E. The tasks and duties assigned to each team member.
- F. Individual abilities or qualities that benefit the team.
- G. Shared objectives that unite the team.
- H. Dependable and consistent in fulfilling tasks.
- I. Taking responsibility for one's actions and tasks.
- J. Confidence in the honesty and reliability of team members.
- K. Active involvement and contribution from all members.
- L. Different viewpoints that lead to better decision-making.
- M. Disagreements or clashes between team members.

- N. Solving disagreements in a productive way.
- O. Finding a middle ground where both sides give up something to reach an agreement.
- P. Recognizing and rewarding achievements.
- Q. Analyzing mistakes to improve in the future.
- R. An optimistic and open-minded approach to teamwork.
- S. A workplace where members encourage and help each other.
- T. Activities designed to improve teamwork and group cohesion.

IV. Complete the sentences with the correct words from the list below.

trust, constructive feedback, roles and responsibilities, celebrate successes, compromise, communication, diverse perspectives, reliable, conflicts, positive attitude

1. To avoid misunderstandings, team members should maintain clear and open _____.
2. A good leader provides _____ to help team members improve without discouraging them.
3. When assigning tasks, make sure everyone understands their _____ to prevent confusion.
4. A strong team is built on _____, where members depend on each other.
5. Even small victories should be acknowledged—always take time to _____.
6. If two team members disagree, they should find a _____ instead of arguing.
7. A team benefits from _____ because different ideas lead to better solutions.
8. Being _____ means completing tasks on time and keeping promises.
9. When _____ arise, address them calmly and focus on solutions.
10. A _____ helps the team stay motivated even during difficult tasks.

V. Discuss these questions in pairs or small groups. Support your opinions with examples.

1. Why is communication crucial in teamwork? Can you think of a time when poor communication caused problems in a team?
2. How can constructive feedback improve team performance? Share an example of helpful feedback you've given or received.
3. What happens when team roles are unclear? Describe a situation where defining roles could have made a difference.
4. Why is trust important in a team? How can team members build and maintain trust?
5. Is compromise always the best solution in conflicts? When might it not work?
6. How can diverse perspectives strengthen a team? Have you ever been in a group where different viewpoints led to a better outcome?
7. What are the benefits of celebrating small successes? How does it affect team morale?
8. How can a positive attitude influence a team's performance? Give an example from your experience.
9. What makes a supportive environment in teamwork? How can leaders encourage this?
10. "Learn from failures" – Do you agree? Share a time when a mistake helped a team improve.

Text 2. How to Behave in a Team: A Comprehensive Guide to Effective

Collaboration

1. Read and translate the following text.

Working successfully in a team requires more than just technical skills—it demands emotional intelligence, adaptability, and strong interpersonal abilities. Whether you're collaborating on a professional project, participating in academic group work, or engaging in community initiatives, understanding how to function effectively within a team dynamic is crucial for achieving shared goals and maintaining positive relationships. This guide explores the fundamental principles of productive teamwork and provides actionable strategies for becoming a valued team member.

1. Communicate with Clarity and Consideration

Effective communication serves as the foundation of all successful teamwork. This involves:

- **Articulating your thoughts clearly:** Present your ideas in an organized manner, using concise language that avoids ambiguity. For example, instead of saying "This approach might not work," explain specifically why with "This method could lead to [specific problem] because..."
- **Practicing active listening:** When others speak, give them your full attention. Demonstrate engagement through nonverbal cues like nodding, and paraphrase their points to confirm understanding ("So what you're suggesting is...").
- **Encouraging open dialogue:** Create an environment where all members feel comfortable sharing by asking open-ended questions ("What are your thoughts on this approach?").
- **Providing constructive feedback:** Frame suggestions positively. Instead of "This idea won't work," try "How about we consider [alternative] to address [specific concern]?"

2. Demonstrate Reliability Through Actions

Trust within a team is built through consistent, dependable behavior:

- **Meeting commitments:** If you agree to complete a task by Friday, ensure it's done by Thursday evening. This builds confidence in your reliability.
- **Proactive problem-solving:** When encountering obstacles, come prepared with potential solutions rather than just presenting problems. For instance, "We're facing [issue], but I've identified two possible ways forward..."
- **Transparent communication:** If you realize you'll miss a deadline, inform the team immediately with a revised timeline rather than waiting until the last moment.

3. Embrace Diverse Perspectives

The strength of a team lies in its variety of viewpoints:

- **Value cognitive diversity:** Recognize that different approaches (analytical vs. creative, detail-oriented vs. big-picture) can complement each other. A marketing team might combine data-driven analysts with imaginative designers for optimal results.
- **Practice inclusive decision-making:** Before finalizing plans, solicit input from all members. You might say, "We haven't heard from everyone yet—[Name], what's your perspective?"
- **Manage disagreements productively:** When conflicts arise, focus on interests rather than positions. Instead of arguing over solutions, explore underlying needs

("What are we each trying to accomplish here?").

4. Foster a Supportive Environment

Team cohesion develops through mutual support:

- **Practice proactive assistance:** Notice when colleagues are overwhelmed and offer specific help ("I see you're working on the presentation—I can take care of the slides for sections 3-4").
- **Recognize contributions:** Public acknowledgment motivates team members. "Jamal's research really strengthened our proposal" shows appreciation for individual efforts.
- **Share successes collectively:** When presenting team achievements, use "we" language to emphasize collective ownership ("We developed this solution through collaborative effort").

5. Maintain Adaptability and Positivity

Teams inevitably face challenges that require resilience:

- **Embrace change flexibly:** When project parameters shift, focus on adaptation rather than resistance ("The client's new requirements give us an opportunity to...").
- **Model solution-focused thinking:** In difficult situations, steer conversations toward constructive paths ("What's within our control to improve this situation?").
- **Manage stress collectively:** During high-pressure periods, simple gestures like bringing coffee or offering to take on small tasks can significantly boost team morale.

6. Navigate Conflicts Constructively

Healthy conflict resolution strengthens teams:

- **Address issues early:** Small tensions addressed promptly prevent larger disruptions. "I've noticed we have different opinions on this—could we discuss to find common ground?"
- **Separate people from problems:** Focus on the issue at hand rather than personal attributes. "This workflow isn't producing the results we need" is more productive than "You're not doing this right."
- **Seek integrative solutions:** Look for options that incorporate multiple viewpoints rather than simple compromises. "How can we combine the strengths of both approaches?"

7. Engage Actively and Inclusively

Full participation drives team success:

- **Balance contribution:** Monitor your speaking time in discussions, ensuring quieter members have space to contribute ("Alex, you have experience with this—what do you think?").
- **Prepare thoroughly:** Come to meetings having reviewed materials and with specific ideas to contribute, demonstrating respect for others' time.
- **Facilitate collaboration:** Use tools like shared documents or project management platforms to keep everyone aligned and informed.

8. Honor Team Norms and Processes

Structure enables effective collaboration:

- **Respect established protocols:** Whether it's communication channels, meeting schedules, or decision-making processes, consistency helps teams function smoothly.

- **Document shared understanding:** After making decisions, summarize key points and action items to ensure alignment ("Just to confirm, we've agreed to...").
- **Use collaborative tools effectively:** Master whatever platforms your team uses (Slack, Trello, shared drives) to maintain organization and transparency.

II. Discussion questions:

1. Which of these rules do you think is most often overlooked? Why?
2. Share an example of a time when good teamwork led to success.
3. How would you handle a teammate who isn't doing their fair share?
4. What qualities do you value most in team members?

Text 3. Networking Rules for Professional Success

I. Read the text and discuss the most relevant rules for networking.

Networking is a vital skill for career growth and professional development. Effective networking helps you build valuable relationships, exchange ideas, and create opportunities. Follow these essential rules to network successfully in both formal and informal settings.

Key Rules for Effective Networking:

1. Prepare an elevator pitch:
 - Develop a concise 30-second introduction that explains who you are and what value you offer.
2. Practice active listening:
 - Focus on understanding others rather than just waiting to speak. Ask thoughtful follow-up questions.
3. Offer mutual value:
 - Approach networking as a two-way relationship where both parties benefit.
4. Maintain professional online presence:
 - Keep your linkedin and other professional profiles updated and engaging.
5. Follow up promptly:
 - Send a personalized message within 48 hours of meeting someone new.
6. Master business etiquette:
 - Be mindful of cultural norms, dress appropriately, and respect others' time.
7. Build genuine connections:
 - Focus on quality relationships rather than collecting contacts.
8. Attend industry events regularly:
 - Participate in conferences, seminars, and meetups relevant to your field.
9. Develop a networking strategy:
 - Set clear goals for each networking opportunity.
10. Practice reciprocity:
 - Look for ways to help your connections without immediate expectation of return.

II. Complete these sentences with appropriate terms:

1. A strong _____ on LinkedIn can help you get noticed by recruiters.
2. When meeting someone new, your _____ should be clear and engaging.
3. _____ means fully concentrating on what the other person is saying.
4. After a conference, it's important to _____ with interesting people you met.

5. Successful networking is based on the principle of _____ where both parties benefit.

III. Match terms (1-5) with definitions (A-E):

1. Elevator pitch
 2. Business etiquette
 3. Value proposition
 4. Networking strategy
 5. Industry events
- A. Professional gatherings for people in the same field
 - B. Plan for making and developing professional contacts
 - C. Brief summary of your professional identity
 - D. The unique benefits you offer
 - E. Expected professional behavior

IV. Discussion Questions:

1. What makes networking challenging for many professionals, and how can these challenges be overcome?
2. How has digital networking changed traditional face-to-face networking practices?
3. What are some effective ways to follow up after meeting someone at a networking event?
4. How can professionals maintain long-term networking relationships?
5. What role does body language play in making a good first impression when networking?
6. How can introverts network effectively while staying true to their personality?
7. What are some common networking mistakes people make, and how can they be avoided?
8. How important is personal branding in professional networking today?
9. What strategies can help professionals expand their network in a new industry?
10. How can networking skills contribute to career advancement?

V. Practice these scenarios in pairs:

1. Delivering your elevator pitch at a conference
2. Following up after meeting at a networking event
3. Introducing two contacts who could benefit from knowing each other

1.5 BUSINESS MEETINGS

Text 1. The Structure of a Business Meeting

I. Read about the structure of a business meeting.

1. Opening the Meeting

- Chairperson's introduction:
 - "Good morning, everyone. Thank you for being here. Let's get started."
 - Sets the agenda and objectives.
- Roll call (if necessary):

- "Could everyone confirm their presence?"
- Review of the agenda:
 - "Today, we'll discuss [Topic A], [Topic B], and [Topic C]."
- 2. Discussion & Decision-Making**
- Presenting information:
 - *"I'd like to go over the latest sales figures."*
- Asking for opinions:
 - *"What are your thoughts on this proposal?"*
- Debating & negotiating:
 - *"I see your point, but have we considered [alternative]?"*
- Summarizing key points:
 - *"So, to summarize, we've agreed that..."*
- 3. Closing the Meeting**
- Action items & responsibilities:
 - *"John will finalize the report by Friday."*
- Next steps:
 - *"We'll reconvene next Tuesday to review progress."*
- Formal closing:
 - *"If there's nothing else, let's wrap up. Thank you, everyone."*

II. Learn the key terms and phrases

Term	Definition	Example
Agenda	A list of meeting topics	<i>"Please review the agenda before we begin."</i>
Chairperson	The person leading the meeting	<i>"The chairperson opened the discussion."</i>
Minutes	Official notes from a meeting	<i>"Sarah will take the minutes."</i>
Action items	Tasks assigned during the meeting	<i>"Our action items include finalizing the budget."</i>
Motion	A formal proposal for a decision	<i>"I'd like to make a motion to approve the plan."</i>
Consensus	General agreement	<i>"We reached a consensus on the new policy."</i>
Adjourn	End a meeting formally	<i>"The meeting was adjourned at 3 PM."</i>

III. Fill in the blanks. Complete the sentences with the correct terms:

1. "The _____ will lead today's discussion."
2. "Before we start, has everyone seen the _____?"
3. "We need someone to take the _____ for record-keeping."
4. "Let's _____ the meeting and continue next week."
5. "All in favor of the _____ say 'aye'."

IV. Role-Play Scenarios

Scenario 1: You're the chairperson. Open the meeting, introduce the agenda, and ask for opinions on a new marketing strategy.

Scenario 2: A debate arises about budget cuts. Practice negotiating and reaching a consensus.

Text 2. A Successful Business Meeting

I. Read the text and discuss the questions.

A **business meeting** is a gathering of individuals, either in person or virtually, with a common purpose related to the functioning or progress of an organization. These meetings can vary in scale and scope, ranging from brief daily check-ins to elaborate annual conferences.

Participants may include employees, management, stakeholders, or external partners, whose primary aim is to facilitate communication, decision-making, and problem-solving.

What Makes a Successful Business Meeting?

The criteria for a successful business meeting have expanded beyond the traditional confines of agenda and attendance.

Today, the effectiveness of such meetings is measured by their ability to foster innovation, drive decisions, and create a collaborative environment.

Here are the elements that contribute to the success of a business meeting:

- **Clear objectives and agenda:** A well-defined objective, backed up by a structured agenda, sets the tone for a focused discussion and contributes to more engaged and effective meetings.
- **Inclusive participation:** The value of a meeting is amplified when diverse perspectives are heard and respected, enhancing the quality of the discussion and fostering a sense of belonging and respect among team members.
- **Effective use of technology:** With so many business meetings migrating from the traditional office space to video conferencing platforms, companies often leverage tools like video conferencing, collaborative software, and AI-assisted analytics to facilitate smoother communication and help in keeping track of discussions and decisions.
- **Time management:** Making sure no meeting time is wasted helps to maintain focus and energy, leading to more productive outcomes.
- **Actionable outcomes:** Meetings should culminate in clear and actionable takeaways, clear action items, assigned responsibilities, and set deadlines to ensure that the meeting translates into tangible results.
- **Follow-up and accountability:** Regular updates on action items and progress reports help maintain momentum and accountability. This ongoing process keeps the team engaged and focused on the objectives set during the meeting.
- **Adaptability and continuous improvement:** Successful meetings evolve with changing business needs and feedback. Openness to innovative formats, structures, or technologies can significantly increase the effectiveness of meetings.
- **Emotional intelligence and leadership:** Effective leadership, characterized by emotional intelligence, active listening, and decisiveness, can steer a meeting

toward its objectives while maintaining a positive and productive environment among the employees involved.

8 Types of Business Meetings

The world of business meetings is diverse, with each type serving a unique purpose and catering to different needs within an organization. Here are eight key types of business meetings that are essential for corporate success:

- Formal meetings
- Informal meetings
- Decision-making meetings
- Planning meetings
- Project status/update meetings
- Innovation meetings
- Team-building meetings
- Problem-solving meetings

1. Formal Meetings

Formal meetings are the backbone of corporate decision-making, as they often involve senior management and key stakeholders. They are usually scheduled well in advance and follow a strict protocol.

The purpose can range from financial reviews to strategic planning. Formal meetings often require detailed preparation, and the outcomes typically have a significant impact on the organization's direction.

2. Informal Meetings

Informal meetings are more relaxed and spontaneous, fostering an environment that encourages open dialogue, creativity, and rapid problem-solving. They are a breeding ground for innovative ideas and often lead to outside-the-box solutions.

3. Decision-Making Meetings

Decision-making meetings are critical in guiding the course of business operations, bringing together key decision-makers to discuss, debate, and reach conclusions on specific issues or opportunities.

Effective decision-making meetings are marked by clear objectives, informed participants, and a structured process for evaluating options and making choices.

4. Planning Meetings

Planning meetings are essential for setting goals, outlining strategies, and preparing for future projects or events. These sessions involve discussing timelines, resources, responsibilities, and potential challenges, resulting in clear roadmaps and action plans. On top of that, they ensure that everyone is on the same page and understands their role in achieving the set objectives.

5. Project Status/ Update Meetings

This category refers to the recurring meetings used to monitor the current status of ongoing projects. They help keep the team on track, address any roadblocks, and adjust timelines or resources as needed. Effective update meetings are concise and focused, providing a platform for transparent communication about the project's status.

6. Innovation Meetings

Innovation meetings are designed to generate new ideas and explore creative solutions for any business problems that may arise. Techniques like brainstorming, mind mapping, or design thinking are commonly used to stimulate creativity and harness the collective intelligence of the group.

7. Team-Building Meetings

Team-building meetings focus on strengthening the personal relationships and dynamics among business partners through an informal approach. These meetings might include activities, games, or discussions aimed at building trust, improving communication, and fostering a sense of unity and collaboration.

8. Problem-Solving Meetings

Problem-solving meetings are generally conducted to address specific challenges or issues that arise within a team or project. They usually require a collaborative approach, where participants work together to understand a problem, identify and explore potential solutions, and decide on the best course of action.

10 Steps to Run Effective Business Meetings

If you want to run an effective business meeting, you'll need to develop a strategic approach. Here are 10 steps to help you run productive business meetings:

1. Define the meeting objective
2. Create the meeting agenda
3. Select the right meeting participants
4. Send the meeting invitation email
5. Stick to the meeting agenda
6. Take accurate meeting notes
7. Develop a strategy to deliver on your action points
8. Use a post-meeting communication method
9. Send a follow-up email
10. Ask for feedback

Questions for discussion:

1. What makes a business meeting effective vs. ineffective?
2. How can participants ensure they contribute meaningfully?
3. What are common mistakes people make in meetings?
4. How do virtual meetings differ from in-person ones?

1.6 CROSS CULTURAL COMMUNICATION

Text 1. Cross Cultural Negotiations

I. Read and learn the following words by heart:

negotiations	переговоры, обсуждение условий
negotiator	переговорщик, посредник
bargaining	ведение переговоров, заключение торговой сделки
to undertake	предпринимать, брать на себя
proceeding	поведение, поступок; pl. работа, дела
trustworthiness	кредитоспособность
issue	спорный вопрос
to gain concessions	получать скидки, льготы, концессию
to impose deadlines	указывать предельные сроки
commitment	поручение, обязательство

II. Learn the following useful words and phrases for business negotiations in English.

When trying to get the most out of a negotiation, you may want to do some reading about the negotiation process:

1. To bargain

Explanation: To discuss the conditions of an agreement, to negotiate. You can also use this as a noun (something can be a bargain) to refer to products being sold for a really good price.

Example: “You can’t *bargain* with him, he’s very inflexible.”

“This laptop was such a bargain! I paid half as much as you paid for yours and mine is much faster.”

2. Bottom line

Explanation: The most important factor.

Example: “The *bottom line* is that we cannot raise both salaries and bonuses.”

3. Alternative

Explanation: A choice that could be better than the present situation.

Example: “Let’s consider the *alternatives* before deciding on the best candidate for this position.”

4. To reach consensus

Explanation: To agree on a matter that initially (at first) you disagreed upon.

Example:

“After a really long debate, they managed *to reach consensus* on the issue of sick leave.”

5. Counter proposal

Explanation: An alternative solution you offer when you disagree with the one already presented.

Example: “We came with *a counter proposal*, but they weren’t open to negotiation.”

6. Deadlock

Explanation: A point in a discussion which takes you nowhere because people cannot reach agreement.

Example: “We reached *deadlock* quite early in the discussion, because they weren’t willing to listen to our arguments and they didn’t make any counter proposals.”

7. Highball / Lowball

Explanation: To highball means to ask for a lot more than you think your partner will agree to offer you. On the contrary, when you lowball, you offer much less than you think is acceptable.

Examples:

“They started the negotiation by *highballing* their expectations, but we saw right through it.”

“I thought my boss was going to *lowball* by giving me a really small raise, but he was reasonable.”

8. Leverage

Explanation: Something that gives you power in a negotiation.

Example: “The supermarket chain really wanted that land, but the owner didn’t give in easily. He had a lot of leverage because the position was ideal.”

III. Find synonyms to the English words in the right column:

competitor

to profit

outcome

rival

clock conscious
to impact
to benefit
to negotiate

result
punctual
to carry on negotiations
to influence

IV. Read and translate the text.

When we think of negotiations, we tend to focus on the hard negotiating skills connected with bargaining. In fact, many professional negotiators will confirm that the most important skill is effective relationship building.

If there is trust and understanding between the two parties, the negotiation will be much more successful, as will the long-term business relationship between them. In this lesson students start with a quiz which leads into a reading activity. Then they look at language in dialogues and finish with a role play.

Cross cultural negotiation is one of many specialized areas within the wider field of cross cultural communications. By taking cross cultural negotiation training, negotiators and sales personnel give themselves an advantage over competitors.

There is an argument that proposes that culture is inconsequential to cross cultural negotiation. It maintains that as long as a proposal is financially attractive it will succeed. However, this is a naïve way of approaching international business.

Let us look at a brief example of how cross cultural negotiation training can benefit the international business person:

There are two negotiators dealing with the same potential client in the Middle East. Both have identical proposals and packages. One ignores the importance of cross cultural negotiation training believing the proposal will speak for itself. The other undertakes some cross cultural training. He/she learns about the culture, values, beliefs, etiquette and approaches to business, meetings and negotiations. Nine times out of ten the latter will succeed over the rival.

This is because 1) it is likely they would have endeared themselves more to the host negotiation team and 2) they would be able to tailor their approach to the negotiations in a way that maximises the potential of a positive outcome.

Cross cultural negotiations is about more than just how foreigners close deals. It involves looking at all factors that can influence the proceedings. By way of highlighting this, a few brief examples of topics covered in cross cultural negotiation training shall be offered.

Eye Contact:

In the US, UK and much of northern Europe, strong, direct eye contact conveys confidence and sincerity. In South America it is a sign of trustworthiness. However, in some cultures such as the Japanese, prolonged eye contact is considered rude and is generally avoided.

Personal Space & Touch:

In Europe and North America, business people will usually leave a certain amount of distance between themselves when interacting. Touching only takes place between friends. In South America or the Middle East, business people are tactile and like to get up close. In Japan or China, it is not uncommon for people to leave a gap of four feet when conversing. Touching only takes place between close friends and family



members.

Time:

Western societies are very 'clock conscious'. Time is money and punctuality is crucial. This is also the case in countries such as Japan or China where being late would be taken as an insult. However, in South America, southern Europe and the Middle East, being on time for a meeting does not carry the same sense of urgency.

Meeting & Greeting:

Most international business people meet with a handshake. In some countries this is not appropriate between genders. Some may view a weak handshake as sign of weakness whereas others would perceive a firm handshake as aggressive. How should people be addressed? Is it by first name, surname or title? Is small talk part of the proceedings or not?

Gift-Giving:

In Japan and China gift-giving is an integral part of business protocol; however, in the US or UK it has negative connotations. Where gifts are exchanged should one give lavish gifts? Are they always reciprocated? Should they be wrapped? Are there numbers or colours that should be avoided?

All the above in one way or another will impact cross cultural negotiation and can only be learnt through cross cultural training. Doing or saying the wrong thing at the wrong time, poor communication and cross cultural misunderstandings can all have harmful consequences.

Cross cultural negotiation training builds its foundations upon understanding etiquettes and approaches to business abroad before focusing on cross cultural differences in negotiation styles and techniques.

There are three interconnected aspects that need to be considered before entering into cross cultural negotiation.

The Basis of the Relationship: in much of Europe and North America, business is contractual in nature. Personal relationships are seen as unhealthy as they can cloud objectivity and lead to complications. In South America and much of Asia, business is personal. Partnerships will only be made with those they know, trust and feel comfortable with. It is therefore necessary to invest in relationship building before conducting business.

Information at Negotiations: Western business culture places emphasis on clearly presented and rationally argued business proposals using statistics and facts. Other business cultures rely on similar information but with differences. For example, visual and oral communicators such as the South Americans may prefer information presented through speech or using maps, graphs and charts.

Negotiation Styles: the way in which we approach negotiation differs across cultures. For example, in the Middle East rather than approaching topics sequentially, negotiators may discuss issues simultaneously.

South Americans can become quite vocal and animated. The Japanese will negotiate in teams and decisions will be based upon consensual agreement. In Asia, decisions are usually made by the most senior figure or head of a family. In China, negotiators are highly trained in the art of gaining concessions. In Germany, decisions can take a long time due to the need to analyse information and statistics in great depth. In the UK, pressure tactics and imposing deadlines are ways of closing deals whilst in Greece this would backfire.

Clearly there are many factors that need to be considered when approaching cross

cultural negotiation. Through cross cultural negotiation training, business personnel are given the appropriate knowledge that can help them prepare their presentations and sales pitches effectively. By tailoring your behaviour and the way you approach the negotiation you will succeed in maximising your potential.

V. Answer the following questions:

1. Do negotiating skills differ in Eastern and Western countries? How?
2. Why is it important to know cultural traditions and customs while bargaining?
3. Is it necessary to take cross cultural negotiation training before bargaining?
4. Where is prolonged eye contact avoided?
5. What countries can business people be close to each other while bargaining?
6. Is distance between business people necessary in Japan and China?
7. Are gifts necessary in Western or Eastern countries?
8. What countries can you be a little bit late for negotiations?
9. Where can issues be discussed simultaneously?

VI. Act the following dialogue: furthering negotiations

Sunburst, Inc., a Mexican company, is negotiating a contract with Gemini, Ltd., a Taiwanese company, for the manufacturing of PC mainboards. John Liu is the Production Manager for Gemini and Cynthia Chase is the Purchasing Manager for Sunburst.

Cynthia: What is your production situation now? Do you have the capacity to provide us with a substantial number of units?

John: Provided that you give us sufficient notice, we have the production capacity to meet your needs. What sort of quantities are you looking for?

Cynthia: We are considering an initial quantity in excess of 200,000 units, with additional similar quantities ordered on a quarterly basis.

John: What did you have in mind regarding specifications?

Cynthia: We would like units for both P4 and AMD CPUs. About 20% would be for entry-level desktops, 40% would be for business use and the remaining 40% for multimedia use. Supposing we placed an order for 200,000 units for the second quarter of 2004 and follow-up orders of 200,000 units for each of the following three quarters, what unit price could we expect?

John: As long as we are clear on your specifications and have 30 days before beginning production, we could offer a unit price of NT\$1,700.

Cynthia: If we doubled the number of units in our order, what discount on the unit price could we receive?

John: Before I answer that, could you tell me what you were thinking about in terms of delivery dates?

Cynthia: We were thinking about delivery dates of 120 days following our order.

John: On the condition that we would have such a delivery period, we could offer a 5% discount on the larger order.

Cynthia: If you could offer an 8% discount, then we could agree to place the larger order.

John: Supposing we offered a compromise discount of 6.5% on the larger order, would that satisfy you?

Cynthia: I think we can live with that providing you supply good technical support and documentation in Spanish.

John: No problem. We can do that.

Cynthia: OK. It's agreed then.

John: Thank you.

VII. Negotiations quiz. Think and answer.

1. In what situations do you negotiate? Who do you negotiate with? Think about both your work and your private life.
2. What's the difference between sales techniques and negotiation techniques?
3. What makes a good negotiator?
4. How important are trust and liking in negotiations?
5. Is there an important difference between the way you might approach one- off negotiations (e.g. selling your car) and negotiations as part of a long- term business relationship?
6. How can you avoid being manipulated in a negotiation with a more experienced negotiator?

VIII. Read the dialogue.

Discussing Prices and Terms of payment.

St.: Good morning, Mr. Borisov.

B.: Good morning Mr. Stanley. Will you take a seat, please.

St.: Thank you ,sir. Happy to meet you .

A. : The pleasure is mine.

St.: Sunny morning , isn't it?

B.: Yes, it's beautiful. The weather will keep fine, I hope.

St.: I hope so too. Good weather is a good way to start business.

B.: Let's get down to business then. I have looked through your catalogues. We'd like to buy from you office equipment. But I think your prices are rather high. They are not acceptable to us.

St.: I can't agree with you. Other companies quote higher prices. And I'd like to stress that we usually give a good discount to customers who place big orders with us.

B.: What discount will you give us if we place a trial order with you for 500 computers ?

St.: Well, for the order of that size we can give you a 2% discount of 2 % off the value of the goods.

B. We expect a 4% discount.

St.: If you agree to open a Letter of Credit for the full value of the goods we are ready to give you a 4% discount.

B.: I think we can do that.

St.: Then it settles the matter.

IX. Think and answer.

1. What information did Borisov find in the catalogues?.
2. Why did Stanley & Co usually give a discount to Buyers who place big orders with them?

X. Give extensive answers.

1. What is a trial order?
2. Do the Sellers usually give a discount to customers for trial orders?

3. In what other cases do Sellers give a discount to their customers?
4. In what cases are export prices revised?

XI. Act out a dialogue on the basis of the following assignment.

You have gone through the quotation of the company and become interested in their latest model of computers. The company's price doesn't suit you. Meet Mr. Brown and discuss the price problem with him.

1.7 NEGOTIATION TECHNIQUES

Text 1. Negotiations as the basics

I. Read and translate the following text.

A. In practice, none of these defensive strategies may be necessary. Most good negotiators understand the importance of creating long-term trust and protecting their reputations, so they'll do their best to keep you happy. This is one reason why used car salesmen aren't as manipulative as we might expect them to be – they have a reputation to build and protect.

B. Good negotiators build strong long-term relationships. In many ways, this is even more may even try to get out of the contract you have agreed; in many situations, it is legal and normal to declare a contract null and void if you have been deceived. You're also unlikely to recommend the deceptive negotiator to other friends and colleagues, and you may even go public with the story of your bad experience, which will damage the person's reputation.

C. But if you do find yourself in a negotiation with a professional manipulator, what can you do to protect yourself? The three keys are awareness, preparation and control. Firstly, simply be aware of the situation and its risks. Think very carefully before making any commitments. Secondly, find out as much as you can before the negotiation, especially concerning prices – what price are other people offering for similar products and services? You also need to research your own needs very carefully, including a deep understanding of what you don't need. Thirdly, make sure you don't lose control. Don't be afraid to walk away from a negotiation if you're not sure, and take time to discuss your concerns with friends and colleagues. Of course, the other negotiator may tell you that you can't go away and think about it, that the decision must be made right here, right now. But that's almost always just a bluff. In a high-stakes negotiation with a professional, a rushed decision is almost always a mistake.

D. We all negotiate all the time: with our husbands and wives, with our parents and our children, and with our friends and colleagues: *What time do the kids have to go to bed?; Whose turn is it to go to the supermarket?; Can you help me with my presentation?* Of course, these situations don't always feel like negotiations, not least because these are all long-term relationships. But they have a lot more in common with professional negotiations than you might think.

E. It's interesting that this assumption doesn't work when buying a souvenir in a tourist resort, where long-term relationships don't exist – one reason why you need to be especially careful in such situations. It also doesn't really work when you're buying or selling your house or flat – the classic one-off sale with huge potential short-term gains for manipulators. Fortunately, most people aren't naturally manipulative; so again,

relationship-building is almost always the best approach.

F. On the other hand, the situations that we tend to think of as ‘typical negotiations’, such as buying a used car, haggling over the price of an overpriced souvenir in a tourist trap, or selling your flat, are much less typical than they seem. These are all one-off negotiations, where there’s no time or need to build long-term relationships. In business, almost all negotiations are long-term. Both the used car salesman and the souvenir seller are using sales techniques (or sometimes manipulation tricks). Of course selling is an important skill in life and business, as is an awareness of the tricks that other people may use. But this isn’t really what negotiations are all about.

II. Match the techniques for building relationships on the left with the explanations on the right.

1. Finding things in common	a. Research has shown that if you give something to another person, they almost always feel obliged to return the favor or even a much bigger favor. Of course, there’s a limit: you can’t be too cynical and expect someone to knock 10% off their asking price just because you’ve bought them a nice coffee. But a little genuine kindness can go a long way.
2. Showing an interest	b. There’s no doubt that we like people who are like us. In other words, if we can identify with them and understand them as people, not just business machines, we’re much more likely to want to do business with them. In practical terms, there are two sides to this technique: one is to ask questions to find out about the other person. But just as importantly, we need to be open about ourselves, to help the other person to understand us too.
3. Flattery	c. This can go both ways. Firstly, show that you’re treating the other person as an individual, someone special. That means remembering their name, and maybe organizing something based on the likes and dislikes they’ve expressed. Secondly, show that they’re dealing with you as a person, not just your organization. If you’re taking them to your favorite restaurant, make sure they understand that it’s not just an anonymous place to eat, but something that you’ve chosen personally, which says something about who you are.
4. Generosity	d. Say nice things about the other person or their organization. If that person bought you a meal, tell a third person how nice the meal was and how much you enjoyed the conversation. If you’ve just arrived in their office, say how nice it is. If you notice a diploma on the wall, ask about it and make sure you sound impressed when they tell you. But whatever you do, make sure you sound convincing – there’s nothing worse than false enthusiasm!
5. Gratitude	e. When the other person is talking about

	himself/herself, we need to listen carefully and show that we are listening. This means not just making 'listening noises' like 'I see' and 'Really?', but actually being interested in the other person. Remember what they are telling you, so you can bring it up next time you meet (e.g. How's your daughter getting on at university?).
6. Personal touches	f. Whenever the other person is kind to you, always make sure you say thank-you. It may seem like a tiny detail, and perhaps an obvious one, but in fact it can make all the difference. Just imagine how you'd feel if someone failed to thank you for your own kindness! And when you say thank-you, don't just say 'thank-you'. Tell them how kind they've been and how much you appreciate it.

III. Translate into English.

1. Недавно мы установили деловые отношения с английской фирмой Браун и К.
2. Мы никогда не торговали с этой фирмой раньше, но много слышали о ней.
3. Мы решили разместить у них заказ на два компрессора.
4. Во время переговоров компания предложила нам скидку 3% с цены, так как это был наш пробный заказ и компания была заинтересована в торговых контактах с нами.
5. Условия платежа устраивали нас, и мы согласились произвести платеж по аккредитиву.
6. Мы не разместим у них заказ, если они не снизят цены.
7. После того, как мы обсудим условия платежа, поставки, цены и некоторые другие вопросы, мы подпишем с ними контракт.
8. Фирма считает наши условия платежа благоприятными.

IV. Complete the following situations.

1. During the talks with the Sales Manager of Roberts & Co Mr. Panin said that he was going to place a large order for suits with them. He also said that on the whole, the terms and conditions suited him but as regards the price problem...
2. We were going to place an order for boilers with Brown & Co as we found that the boilers were of the latest design and met our requirements. However the delivery dates of the sellers...

V. Fiona Jackson is in Munich to negotiate the sale of up to five large industrial packaging machines to a large manufacturing company. Read these three extracts from her conversation with Hans Braun, the Director of Operations. Answer the questions for each extract.

Extract 1

1. How do Hans and Fiona flatter each other? What adjectives do they use?
2. How do they respond to each other's flattery? What grammatical structure do they both use?

3. Why do you think they focused on flattering each other's companies?

H: Ah, hello. Ms Jackson? I'm Hans, Hans Braun.

F: Good to meet you at last, Hans, after all those emails. And please call me Fiona.

H: OK, welcome to Munich, Fiona. Sorry to keep you waiting, by the way. I had an urgent phone call and couldn't get away.

F: No problem. I was just admiring your brochure. It's really impressive. I didn't know you had so many famous clients!

H: Thanks. Yes, well, we've got a great sales team, and we really go for quality in a big way here, much more than some of our cheaper competitors.

F: Well, it certainly seems to be an effective strategy, judging by these recommendations.

H: Thank-you. Yes, they're very positive, aren't they? We've also heard some great things about your company. I was looking at your website yesterday, and I thought it was really interesting. I loved the 'Our story' section, you know, the story about how your founder started the business from nothing. Fascinating.

F: Yes, it's amazing, isn't it? I'm glad you read that – it means you've got a better idea about our approach to business.

Extract 2

10. What is the main example of generosity in this conversation?

11. How does Hans add a personal touch?

12. How does Fiona express gratitude? What do you think of the two techniques she uses?

H: So I thought we'd start with a tour of our factory, so you get a really good sense of what we do here and what we need. I'd also like to introduce you to a few of our key people here, if that's OK.

F: That's great. It all helps me to get a better picture of how we can help you.

H: That's what I thought. And then for lunch, I'd like to take you to one of my favorite restaurants a short drive out of the city.

F: Oh ... that would be lovely, but please don't go to any trouble. I'd be happy with a sandwich!

H: No, I wouldn't dream of it. This project is very important to us, so we want to treat you well! It's a lovely restaurant, and I've booked my favorite table. So I hope you're hungry!

F: Well, that's very kind of you. In that case, you must let me return the favor if ever you visit our factory in Edinburgh.

H: OK, that sounds nice. Thank-you.

VI. Work in pairs. Use these ideas to role-play similar conversations. Invent any details you need. Try to use the six relationship-building techniques as often as you can – but make sure you don't sound artificial! Try to keep each conversation going for at least two minutes. When you've finished, swap roles and repeat the role-plays.

Conversation 1:

A: Greet the other person. Apologize for being late.

B: Say something nice about the brochure / the office / something you can see (e.g. a diploma on the wall)

A: Say something nice about the other person's organization.

B: Continue the conversation.

Conversation 2:

A: Explain your plans for the day's events. Offer something generous (e.g. a nice meal, some evening entertainment, a symbolic present).

B: Express gratitude.

A: Make person B feel special.

B: Try to return the favor.

A: Continue the conversation.

1.8 DOCUMENTATION IN TRANSPORT LOGISTICS

Text 1. Logistics documentation

I. Read and learn the words by heart:

invoice	счёт-фактура
packing slip	упаковочный лист
sheet	ведомость, список
manifest	декларация судового груза
content	содержимое
bill of lading	коносамент
consignee	грузополучатель
consignor	грузоотправитель
intermediary	посредник
sales invoice	счёт за проданные товары
purchase invoice	счёт за закупленные товары
merchandise	товары
commitment	поручение, обязательство
to issue	выпускать, выдавать
to refund	рефинансировать, возвращать
payee	получатель платежа, ремитент
payer	плательщик
issuer	эмитент
to charge	назначать цену, взимать, дебетовать

II. Read and translate the text.

There are many documents used in logistics. They are called: invoices, packing lists/slips/sheets (manifests), content lists, pick tickets, arrival acknowledgement forms/reports of many types (e.g. MSDS, damaged goods, returned goods, detailed/summary, etc.), import/export, delivery, bill of lading (BOL), etc. These documents are usually the contracts between the consignee and the consignor, so they are very important for both parties and any intermediary, like a third party logistics company (3PL) and governments. Document handling within logistics, supply chain management and distribution centers is usually performed manual labor or semi-

automatically using bar code scanners, software and tabletop laser printers. There are some manufacturers of high speed document automation systems that will automatically compare the laser printed document to the order and either insert or automatically apply an enclosed wallet/pouch to the shipping container (usually a flexible polybag or corrugated fiberboard/rigid container). Protection of Privacy and Identity Theft are major concerns, especially with the increase of e-Commerce, Internet/Online shopping and Shopping channel (other, past references are catalogue and mail order shopping) making it more important than ever to guarantee the correct document is married or associated to the correct order or shipment every time. Software that produces documents are: ERP, WMS, TMS, legacy middleware and most accounting packages.

An **invoice**, **bill** or **tab** is a commercial document issued by a seller to a buyer, relating to a sale transaction and indicating the products, quantities, and agreed prices for products or services the seller had provided the buyer.

Payment terms are usually stated on the invoice. They may specify that the buyer has a maximum number of days in which to pay, and is sometimes offered a discount if paid before the due date. The buyer could have already paid for the products or services listed on the invoice.

From the point of view of a seller, an invoice is a *sales invoice*. From the point of view of a buyer, an invoice is a *purchase invoice*. The document indicates the buyer and seller, but the term *invoice* indicates money is owed *or* owing. A typical invoice contains:

- The word *invoice*
- A unique reference number (in case of correspondence about the invoice)
- Date of the invoice.
- Credit terms.
- Tax payments if relevant
- Name and contact details of the seller
- Tax or company registration details of seller.
- Name and contact details of the buyer
- Date that the goods or service was sent or delivered
- Purchase order number (or similar tracking numbers requested by the buyer to be mentioned on the invoice)
- Description of the product(s)
- Unit price(s) of the product(s) (if relevant)
- Total amount charged (optionally with breakdown of taxes, if relevant)
- Payment terms (including method of payment, date of payment, and details about charges for late payment)

In countries where wire transfer is the preferred method of settling debts, the printed bill will contain the bank account number of the debtor and usually a reference code to be passed along the transaction identifying the payer. The European Union requires a VAT (value added tax) identification number. Recommendations about invoices used in international trade are also provided by the UNECE Committee on Trade, which involves more detailed description of the logistics aspect of merchandise and therefore may be convenient for international logistics and customs procedures.

There are different types of invoices:

- **Pro forma invoice** — In foreign trade, a *pro forma* invoice is a document that states a commitment from the seller to provide specified goods to the buyer at specific prices. It is often used to declare value for customs. It is not an actual invoice, and thus the seller does not record a *pro forma* invoice as an account receivable and the buyer does not record a *pro forma* invoice as an account payable. A *pro forma* invoice is not issued by the seller until the seller and buyer have agreed to the terms of the order. In a few cases, a *pro forma* invoice is issued to request advance payments from the buyer, either to allow production to start or for security of the goods produced.
- **Credit memo** - If the buyer returns the goods, the seller usually issues a credit memo for the same or lower amount than the invoice, and then refunds the money to the buyer, or the buyer can apply that credit memo to another invoice.
- **Commercial invoice** - a customs declaration form used in international trade that describes the parties involved in the shipping transaction, the goods being transported, and the value of the goods. It is the primary document used by customs, and must meet specific customs requirements, such as the Harmonized System number and the country of manufacture. It is used to calculate tariffs.
- **Debit memo** - When a company fails to pay or short-pays an invoice, it is common practice to issue a *debit memo* for the balance and any late fees owed. In function, debit memos are identical to invoices.
- **Self-billing invoice** - A *self billing invoice* is when the buyer issues the invoice to himself (e.g. according to the consumption levels he is taking out of a vendor-managed inventory stock). The buyer (i.e. the issuer) should treat the invoice as an account payable, and the seller should treat it as an account receivable.
- **Evaluated receipt settlement (ERS)** - ERS is a process of paying for goods and services from a packing slip rather than from a separate invoice document. The payee uses data in the packing slip to apply the payments.
- **Timesheet** - Invoices for hourly services issued by businesses such as lawyers and consultants often pull data from a timesheet. A timesheet invoice may also be generated by Operated equipment rental companies where the invoice will be a combination of timesheet based charges and equipment rental charges.
- **Statement** - A periodic customer statement includes opening balance, invoices, payments, credit memos, debit memos, and ending balance for the customer's account during a specified period. A monthly statement can be used as a summary invoice to request a single payment for accrued monthly charges.
- **Progress billing** used to obtain partial payment on extended contracts, particularly in the construction industry.
- **Collective Invoicing** is also known as monthly invoicing in Japan. Japanese businesses tend to have many orders with small amounts because of the outsourcing system (Keiretsu), or of demands for less inventory control (Kanban). To save the administration work, invoicing is normally processed on monthly basis.
- **Continuation or Recurring Invoicing** is standard within the equipment rental industry, including tool rental. A recurring invoice is one generated on a cyclical basis during the lifetime of a rental contract. For example if you rent an excavator from 1 January to 15 April, on a calendar monthly arrears billing cycle, you would expect to receive an invoice at the end of January, another at the end of

February, another at the end of March and a final Off-rent invoice would be generated at the point when the asset is returned. The same principle would be adopted if you were invoiced in advance, or if you were invoiced on a specific day of the month.

- **Electronic Invoicing** is not necessarily the same as EDI invoicing. Electronic invoicing in its widest sense embraces EDI as well as XML invoice messages as well as other format such as pdf. Historically, other formats such as pdf were not included in the wider definition of an electronic invoice because they were not machine readable and the process benefits of an electronic message could not be achieved. However, as data extraction techniques have evolved and as environmental concerns have begun to dominate the business case for the implementation of electronic invoicing, other formats are now incorporated into the wider definition.

Organizations purchasing goods and services usually have a process in place for approving payment of invoices based on an employee's confirmation that the goods or services have been received. Typically, when paying an invoice, a remittance advice will be sent to the supplier to inform them their invoice has been paid.

Invoices are different from receipts. Both invoices and receipts are ways of tracking purchases of goods and services. In general the content of the invoices can be similar to that of receipts including tracking the amount of the sale, calculating sales tax owed and calculating any discounts applied to the purchase. Invoices differ from receipts in that invoices serve to notify customers of payments owed, whereas receipts serve as proof of completed payment.

III. Choose the correct words to complete these sentences.

1. The documents stated the wrong quantities. As a (reason/result/cause), the shipment was not accepted at the warehouse.
2. The delay was (found/noticed/caused) by an accident on the motorway.
3. When I spoke to the logistics manager, it (noticed/saw/turned) out that they had used different packing material.
4. Unfortunately, we are unable to deliver the consignment (due to/because/so) technical problems in our warehouse.
5. (Although/In spite of/But) the delay, the delivery will still arrive on time.
6. What is the (cause/reason/result) for this delay?

IV. Complete the sentences with the words from the box.

so	because	although	due	as a result	despite	because	in spite of
----	---------	----------	-----	-------------	---------	---------	-------------

1. Our customer wants to ship valuable freight, _____ we need to think about insurance.
2. A part of the shipment seems to be damaged _____ of rough handling.
3. _____ the customer needed them urgently, the goods couldn't be delivered at the weekend.
4. The flight was cancelled _____ to bad weather.
5. The driver had the wrong address. _____, it took him three hours to deliver the pallets.
6. The consignment arrived on time _____ all the customs formalities at the border.
7. We are unable to ship today _____ we've had problems with our dispatch.

8. _____ being well secured, the load was damaged on arrival.

V. Match the beginnings of the sentences (1-6) with the endings (a-f).

- | | |
|--|--|
| 1) I would need some information | a. would recommend rail transport. |
| 2) Could you let me know | b. by courier if you prefer. |
| 3) In that case I suggest that you | c. regarding loading times. |
| 4) For a consignment this size I | d. what the transit times are? |
| 5) Of course it would also be | e. possible to ship by express |
| 6) We can also arrange transport service instead | f. use the cheaper sea freight option. |

VI. Complete the sentences with by or until.

1. I'll make sure that the documents arrive _____ the end of the week.
2. We have to arrange shipment _____ August 4th.
3. I'm afraid there will be delays _____ the beginning of July.
4. They said we would receive the consignment _____ Monday.
5. Call me if there are any problems. I'll be in my office _____ 6.30 today.
6. We require the goods _____ March 15th.

VII. Put the words in the right order to make up sentences.

1. a shipment / send / us / a quotation / please / for / to Minsk
2. state / delivery date / please / in your quotation / your earliest
3. let us / could / the following / please / have a quotation / including / details / you ?
4. a part truck load / shipping rates / what / your / for / to Birmingham / are ?
5. on sailing times / your quotation / detailed information / should / and insurance rates / also include
6. the following consignment / please / for / of / quote / the transport

Text 2. Logistics documentation (part II)

I. Read and translate the text.

Documentary credits

A company which sells goods or services to other countries is known as an exporter. A company which buys products from other countries is called an importer. Payment for imported products is usually by documentary credit, also called a letter of credit. This is a written promise by a bank to pay a certain amount to the seller, within a fixed period, when the bank receives instructions from the buyer.

Documentary credits have a standard form. They generally contain:

- a. a short description of the goods
- b. a list of shipping documents required to obtain payment
- c. a final shipping date
- d. a final date (or expiration date) for presenting the documents to the bank.

Documentary credits are usually irrevocable, meaning that they cannot be changed unless all the parties involved agree. Irrevocable credits guarantee that the bank

which establishes the letter of credit will pay the seller if the documents are presented within the agreed time.

Bills of exchange

Another method of payment is a bill of exchange or draft. This is a payment demand, written or drawn up by an exporter, instructing an importer to pay a specific sum of money at a future date. When the bill matures, the importer pays the money to its bank, which transfers the money to the exporter's bank. This bank then pays the money to the exporter after deducting its charges.

A bank may agree to endorse or accept a bill of exchange before it matures. To endorse a bill is to guarantee to pay it if the buyer of goods does not. If a bill is endorsed by a well-known bank, the exporter can sell it at a discount in the financial markets. The discount represents the interest the buyer of the bill could have earned between the date of purchase and the bill's maturity date. When the bill matures, the buyer receives the full amount. This way the exporter gets most of the money immediately, and doesn't have to wait for the buyer to pay the bill.

Export documents

Exporters have to prepare a number of documents to go with the shipment or transportation of goods.

- The commercial invoice contains details of the goods: quantity, weight, number of packages, price, terms of delivery, terms of payment and information about the transportation.
- The bill of lading is a document signed by the carrier or transporter (e.g. the ship's master) confirming that the goods have been received for shipment; it contains a brief description of the goods and details of where they are going.
- The insurance certificate also describes the goods and contains details of how to claim if they are lost or damaged in transit - while being transported.
- The certificate of origin states where the goods come from.
- Quality and weight certificates, issued by private inspection and testing companies, may be necessary, confirming that these are the correct goods in the right quantity.
- An export license giving the right to sell particular goods abroad is necessary in some cases.

II. Are the following statements true or false? Correct the false sentences.

1. With a letter of credit, the buyer tells the bank when to pay the seller.
2. Letters of credit are only valid for a certain length of time.
3. An exporter usually has the right to change a letter of credit.
4. The bill of lading confirms that the goods have been delivered to the buyer.
5. With a bill of exchange, the seller can get most of the money before the buyer pays.
6. Bills of exchange are sold at less than 100%, but redeemed at 100% at maturity.

III. Match the payment methods (1-6) with the definitions (a-f).

1. advance payment
2. cash on delivery
3. open account
4. documents against payment

5. documentary credit
6. bank guarantee

- a. Customer pays immediately on receiving the goods. This service is usually provided by the post office.
- b. Used to cover financial risk in international transactions e.g. if a buyer does not pay.
- c. The exporter supplies the goods and the importer/customer pays for them at an agreed date in the future.
- d. Involves the buyer's and the seller's bank. It is a promise made by the opening bank that payment will be made on receiving documents that comply with the terms agreed.
- e. Also called cash against documents (CAD). It means that the exporter has full control over the documents until payment has been made by the importer.
- f. Customer/importer has to pay for the goods before they are shipped.

IV. Complete this list of documents used in foreign trade with words from the box.

approved	authority	required	commercial	indicating	draft
receipt	conditions	carriage	hazardous		

Commercial invoice

A document that contains specific information regarding the goods shipped and the _____ agreed between buyer and seller.

Certificate of origin

Document used in foreign trade which states where the goods were produced. It is often _____ by customs authorities.

Packing list

A document which specifies the contents of any form of packaging, e.g. boxes, containers, cartons, without _____ the value of the goods shipped.

Air waybill

A contract between airline and shipper. It is a shipping document which states the terms and conditions of _____ and is also a receipt for the consignment.

Consular invoice

A special kind of invoice sometimes required by the importing country. It needs to be _____ by an embassy.

Pro forma invoice

A _____ invoice which the seller prepares before the actual shipment takes place.

Export license

A document which is granted by a government _____ and states that specified goods can be exported.

Customs invoice

A specific document required by customs in some countries e.g. US when importing goods. It includes more details than a _____ invoice.

Dangerous goods declaration

Certificate prepared by the shipper/consignor which states that _____ goods are handled according to international shipping regulations.

Bill of lading

A contract between carrier and shipper which specifies the goods to be shipped and the delivery terms. It is also a _____ of shipment and accompanies the goods until they reach their destination.

V. Fill gaps in the sentences.

1. Exporters can get paid sooner if a bill of exchange is..... by a bank.
2. The bill of lading and the insurance certificate both..... the goods.
3. Exporters..... goods to foreign countries.
4. The transporter.....a document confirming that it has.....the goods.
5. In order to be paid, the exporter has to..... the shipping documents to a specific bank.

VI. Put the sequence of events in the correct order.

- a. A bank accepts or endorses the bill of exchange.
- b. The accepting bank pays the full value of the bill of exchange to whoever bought it.
- c. The exporter sells the bill of exchange at a discount on the money market.
- d. The importer receives the goods and pays its bank.
- e. The importer's bank transfers the money to the accepting bank.
- f. The seller or exporter writes a bill of exchange and sends it to the buyer or importer (and ships the goods).

Text 3. Business contracts

I. Read and translate the texts.

A **contract** is a legal document which forms the basis of a transaction between the Buyer and the Seller, specifies the rights and obligations of the parties and guarantees that these obligations will be fulfilled. By law contracts are made in writing.

Types of business contracts

1. Contracts for the supply of goods:

- a) sale of goods;
- b) exchange and barter;
- c) work and materials;
- d) supply of goods on credit.

2. Contracts for financial services:

- a) banking contracts;
- b) insurance contracts.

3. Employment contracts.

4. Contracts of agency.

5. Hire contracts.

1. The most common form of transaction in the business world is a contract for the sale of goods, which is defined as "a contract by which the seller transfers or agrees to transfer the property in goods to the buyer for a money consideration called the price."

Another way in which you can acquire goods is in consequence of a contract which main purpose is the provision of services. If you take your car to be serviced by a

garage, the main substance of the contract is the skill and labour of the mechanic in checking the car.

2. Banks provide a wide range of financial services to the commercial customers from current accounts, loan and overdraft facilities, and to specialist services for those involved in foreign trade. The relationship between a bank and its customers are contractual.

A prudent businessman will always assess the risks that might befall his business: he may fall ill; his premises may be destroyed by fire or his stock stolen. These risks may be minimized by insurance. A contract of insurance is an agreement whereby an insurance company undertakes to compensate a person, called the insured, if the risk insured against does in fact occur.

3. There are two ways in which a person's services may be acquired. He may be engaged either as an employee under a contract of service or as an independent contractor under a contract for services. An employee provides his labour for his employer in return for wages. The employer exercises control over the way in which an employee carries out his work. A self-employed person is engaged under a contract for services. He is an independent contractor, agreeing to do work or provide services as and when he wishes.

4. An agent is someone who is employed by a principal to make contracts on his behalf with third parties. An employee who makes contracts on behalf of his employer is acting as an agent. A shop assistant, for example, is in this category. Alternatively, an agent may be an independent contractor who is engaged for his specialist skills and knowledge. A person who wishes to sell shares will usually employ the services of a stockbroker to arrange the sale for him. Agents are given a number of names: the most common being "broker" or "representative".

5. Under a hire agreement, the owner of goods allows someone else (the hirer) to make use of them in return for regular rental payment. The hirer obtains possession of the goods but ownership never passes to him and at the end of the agreement the goods must be returned to the owner. Businessmen also take advantage of hire as a method of obtaining the use of equipment which they require. Hire in this context is usually referred to as "leasing" and often includes an undertaking by the lessor to service the equipment regularly and effect repairs when necessary.

General clauses of contracts.

Commercial contracts usually have the following general clauses arranged in a logical order:

- 1) definitions of the parties;
- 2) subject of contract;
- 3) price and total value of the contract;
- 4) delivery dates and terms;
- 5) payment;
- 6) packing and marking;
- 7) claims;
- 8) sanctions;
- 9) insurance;
- 10) force-majeure;
- 11) arbitration;
- 12) other conditions.
- 13) legal addresses of the parties

If the subject of contract is machines or equipment then contracts can include other topics such as Guarantee, Inspection and Test, Technical Specifications and Supplementary Documentation. They are usually given in supplements which are an integral part of contracts.

1. Definition of the parties. The text of contract begins with a preamble in which juridical names of the parties making a contract are given, e.g.

Contract № 68

14 October, 2017

Tobacco Corporation, USA, hereinafter referred to as "Sellers", on the one side, and Tutu Ltd., Brest, hereinafter referred to as "Buyers", on the other side, have concluded the present Contract as follows:

2. Subject of the Contract

In this part, the type of bargain is defined. In practice, quality and quantity of goods and basic terms are included in this part or in the supplement to which there's a reference, e.g. *The Sellers have sold and the Buyers have bought cigarettes as per Supplement №1 attached to the contract. The goods are to be delivered by the Sellers to Brest, Final Consignee Warehouse. The quality of cigarettes to be delivered should correspond to that of the samples approved and confirmed by both parties. The quality of cigarettes must be confirmed by a Quality Certificate issued by the Seller or the factory manufacturer.*

3. Price and Total Value of the Contract

The price of goods is an amount of money in a definite currency that the buyer pays the seller for goods. In accordance with the contract, prices are fixed in the currency of one of the counteragent countries or in the currency of a third country.

e.g. The price as it is indicated in Supplement №1 is fixed in US dollars and includes export packing for shipment and delivery, marking, loading, transportation to Brest, Final Consignee Warehouse. The total amount of the present Contract is US \$ 964,900.

4. Delivery Dates

Time of delivery -periods or dates during which goods are to be delivered by Sellers into countries or geographic areas agreed upon in the contract.

e.g. The delivery of cigarettes under the present Contract shall be effected for the dates stipulated by Supplement №1 to the present Contract. The date of arrival of the truck (II) to Final Consignee Warehouse will be considered as the date of delivery.

Terms of Delivery

e.g. The delivery of the goods is to be effected on CIF terms to the address stipulated in Supplement №1 to the present Contract for Tutu Ltd., Brest.

Within 24 hours, excluding weekends and holidays after the shipment of the cigarettes, the Sellers will inform the Buyers by cable of the following:

- 1) contract №;*
- 2) truck number;*
- 3) voyage date;*
- 4) truck way Bill №;*
- 5) cigarette brand;*
- 6) quantity;*
- 7) gross weight of the goods;*
- 8) value of the goods.*

5. Payment

This clause of commercial contracts of sale contains terms of payment agreed upon by the parties. Payment can be done in several ways, but usually it is either bank transfers or Letters of Credit (L/C).

e.g. Payment for the goods to be delivered under the present Contract is to be effected in US dollars in accordance with the Trade Agreement between the Government of Russia and the USA dated 28.03.1991 by an irrevocable confirmed Letter of Credit (L/C) to be opened by the Buyers with the Priorbank, Minsk in favour of the Seller within 10 days upon receipt of the Sellers' notification of the readiness of the goods for shipment. The L/C is to be valid for 60 days.

The payment of the Credit is to be made against the following documents:

- 1) Invoice in triplicate;*
- 2) Bill of Lading;*
- 3) Insurance Policy.*

All expenses connected with the opening of the Letter of Credit are to be borne by the Buyers.

6. Packing and Marking

The general rule in all packing is to make goods secure for the kind of journey they have to make, but also to keep package as small and light as possible.

e.g. Packing in which the cigarettes are shipped must secure full safety of the goods and protect them from damage during transportation by all means of transport and transshipment en route as well as to protect the goods from atmospheric effects. The face side of each carton box shall be marked with indelible paint, as follows:

contract №;

Sellers' and Buyers' names;

brand and quality of cigarettes;

gross and net weight.

The boxes, individual packing of goods as well as articles must bear no marks or symbols which have no relation to the object of the present Contract.

7. Claims

e.g. In case of shortage while packing or in case of nonconformity of the quality of the goods to the samples, the Buyers have the right to claim on the Sellers within 180 days on the arrival of the goods to Russia. The Parties agreed that the Inspection Report drawn up by the Chamber of Commerce and Industry, Russia, Moscow, will prove the claim.

The Sellers are to examine the claim within 15 days. Should the Sellers fail to send a reply on expiration of the said period, the claim will be considered as admitted by the Sellers and its sum deducted from the 3 % sum.

While claiming for an inferior quality of the goods the Buyers return the faulty goods to the Sellers with deduction of 10 % penalty of the returned goods.

The cost of the defective goods or shortage while packing, being intact, penalty and also transport charges are deducted by the Buyer from the 3% sum. In case the sum of 3% proves to be insufficient to cover the claim and penalty, the Sellers are to remit the balance due to the Buyers within 15 days from the date of receipt of the claim.

All transport and other charges connected with delivery and return of defective goods are to be paid by the Sellers.

8. Sanctions

e.g. In case of a non-delivery of the goods in respect of firm of delivery fixed in the Contract, the Sellers must pay to the Buyers a fine of 0.1% of the value of the goods

in delay per day of delay. If the delay exceeds 30 days, the charging of the fine is stopped and additionally to the sum of the fine the Sellers must pay the Buyers a penalty of 2% of the value of the goods in delay.

The payment of the fine does not release the Sellers from the obligation to deliver the goods in delay. If the delay in shipment is caused because of delays in the vessel's arrival dates then there will be no sanctions against the Sellers. In the case of delivering of defective goods, the Sellers pay the Buyers an additional 2% fine of the value of the goods admitted defective to the payment of the claim value. Besides, the Buyers shall have the right to return the defective goods on the Sellers' account.

The Sellers shall pay the Buyers a fine of 1 % of the value of the goods in respect to which there were Infringements:

a) the goods have been shipped In packing and/or with marking not meeting the Contract terms or conditions;

b) the assortment of goods is incorrect.

The payment of the fine does not release the Sellers from Compensating the Buyers for the losses the latter has sustained due-to the Sellers' non-observance of the above mentioned Terms and Conditions of the Contract.

9. Insurance

All sensible businessmen now insure goods for the full value in order to obtain indemnity in case of damage or loss. Insurance is against such risk as fire, damage by water or breakage.

e.g. Insurance should be done with a first class insurance company by the Sellers and for their own account upon such terms that the Buyers should be entitled to claim directly from the insurance company and provide the Buyers with an Insurance Policy or other evidence of insurance covering door-to-door terms against usual risks including damages caused by breakage, theft of whole package or parts, and non-delivery of whole packages in the cases mentioned above irrespective of the percentage of damage. Insurance should be done on the total amount of the goods plus 10%.

10. Force-Majeure

Every contract contains a Force-Majeure clause. Force-majeure is a force against which you cannot act or fight: natural disasters such as an earthquake, flood and fire; war, embargo and other sanctions.

e.g. The Parties are released from their responsibility for partial or complete non-execution of their obligations should they be caused by the force-majeure circumstances including, but not limited to: fire, flood, earthquake, and if these circumstances have had a direct damaging effect on the execution of the present Contract. The Party which is unable to fulfill its obligations is to inform the other Party within 10 days from the beginning of force-majeure circumstances.

11. Arbitration

e.g. The Seller and the Buyer will take all possible measures to settle amicably any disputes or differences which may arise out of the present Contract or in connection with it. If the Parties do not come to an agreement, all the disputes are to be submitted for Arbitration in Stockholm, Sweden, in accordance with the rules and regulations of the Chamber of Commerce.

12. Other Conditions

e.g. Any changes or supplements to the terms and conditions of this Contract shall be valid only in a written document duly signed by authorized representatives of both Parties.

The Contract becomes effective and comes into full force from the date of signing.

Terms of delivery (incoterms)

Most frequently used terms of delivery are:

FOB

FOB means «Free on Board. The goods are placed on board the ship by the seller at a port of shipment named in the sales contract. The risk of loss or damage to the goods is transferred from the seller to the buyer when the goods pass the ship's rail.

CIF

CIF means «Cost, Insurance and Freight. This term is basically the same as C & F but with the addition that the seller has to procure marine insurance against the risk of loss of or damage to the goods during the carriage. The seller contracts with the insurer and pays the insurance premium.

EX Works

«Ex Works» means that the seller's only responsibility is to make the goods available at his premises (i.e. works or factory). In particular he is not responsible for loading the goods in the vehicle provided by the buyer, unless otherwise agreed. The buyer bears the full cost and risk involved in bringing the goods from there to the desired destination. This term thus represents the minimum obligation for the seller.

FAS

FAS means «Free Alongside Ship. Under this term the seller's obligations are fulfilled when the goods have been placed alongside the ship on the quay or in lighters. This means that the buyer has to bear all costs and risks of loss of or damage to the goods from that moment.

C&F

C & F means «Cost and Freight». The seller must pay the costs and freight necessary to bring the goods to the named destination, but the risk of loss or damage to the goods is transferred from the seller to the buyer when the goods pass the ship's rail in the port of shipment.

II. Match the words with their definitions:

- | | |
|------------------------------|--|
| 1) to come to terms with smb | a) a person who enters into a contract |
| 2) to ratify | b) being able to be used lawfully |
| 3) without prejudice | c) to conduct a contract |
| 4) legally binding | d) a clause which states that a party is not responsible if certain things happen |
| 5) express terms | e) a term in a contract which is not clearly set out in the contract |
| 6) implied terms | f) a restricted responsibility |
| 7) to govern a contract | g) a term in a contract which is agreed by both parties and clearly stated |
| 8) condition | h) a situation where two or more parties share a single liability, and each party is also liable for the whole claim |
| 9) warranty | i) according to the law, the contract has to be obeyed |
| 10) clause | j) the fact of being legally responsible for paying for damage or loss incurred |

- | | |
|--------------------------------|--|
| 11) liability | k) the negotiations cannot be referred to in court or relied upon by the other party if the discussions fail |
| 12) joint and severally liable | l) a section of a contract or of a constitution for something |
| 13) limited liability | m) to approve officially something which has already been agreed |
| 14) exclusion clause | n) a contractual term which is secondary to the main purpose of the contract |
| 15) to be valid under the law | o) to reach mutual agreement |
| 16) contractor | p) a term of a contract which has to be carried out as part of a contract |

III. Fill in the gaps using the below situated words. Mind your grammar.

to come, to terms, to ratify, without prejudice, legally binding, express terms, implied terms, to govern a contract, condition, warranty, clause, liability, joint and severally liable, limited liability, exclusion clause, to be valid under the law, contractor.

1. All the ... of a sole proprietorship are the ... of its owner.
2. The standard ... in those Agreements relate to personnel arrangements, administrative and technical issues, and budgetary and financial arrangements.
3. According to the latest information, the ... had not made substantial equipment purchases.
4. The Parties shall be ... by the ... on any other terms not mentioned in this Agreement.
5. The Suppliers make no ... , ... , representations or ... (... or ... whether by statute, common law, custom, usage or otherwise) as to any matter.
6. For an adopted child it is, furthermore, a condition that the adoption Danish
7. These official regulations did not have status.
8. offers equal opportunities for both groups of organizations.
9. This was, of course, to the rights and roles of families of victims, organizations bringing claims, or representatives of victims.
10. A party's liability may be limited in certain situations by
11. He encourages the Government to take all necessary steps to sign and ... the Convention.
12. If more than one person or business enters a contract as partners, they may be ... and
13. We must with our partners regarding old debts.

IV. Insert the necessary prepositions.

1. Tutu Ltd., Brest, hereinafter referred ... as "Sellers" ... the one part, and Jones and Carter, hereinafter referred ... as "Buyers" ... the other part, have concluded the present contract as follows:
2. The quality ... the goods sold ... the present contract shall be in full conformity ... the State standards existing ... Belarus.
3. All expenses incurred ... the territory ... the Buyer... connection ... the present contract are to be paid ... the Buyer.

4. The goods sold ... this contract shall be delivered ... 5 months ... the signing ... the contract.

5. Payment... the goods to be delivered ... the present contract is to be effected ... pounds sterling ... accordance... the Trade Agreement. ... an irrevocable confirmed Letter of Credit to be opened ... the Buyer ... the Bank ... Foreign Trade ... Russia. Moscow ... favour... the Seller... the value of each lot... the goods to be shipped plus 10%.

6. Each package shall be provided ... marking showing the place ... destination, name ... Consignee, description ... goods, contract number, gross and net weight.

7. Claims which may arise ... regard ... the quality ... the goods as well as claims concerning the quantity ... the goods will be considered ... the Seller only if submitted within 45 days ... the date ... arrival ... the goods ... the place ... destination shown ... the Bill... Lading and in any case not later than ... 90 days ... the date ... delivery ... the goods c.i.f. London.

V. Answer the following questions.

A

1. What types of business contracts do you know?
2. What is the most common form of transaction in the business world?
3. Under a contract one can acquire not only goods, but also services. May you give any examples of such contracts?
4. How may one be employed by a legal person? What types of employment contracts do you know?
5. What is an agent? What right does he have under a contract of agency?
6. Do banks provide many financial services to the commercial customers? Which of them did you use?
7. Do businesspeople risk in their business? What are they doing to minimize these risks?
8. What is the substance of a contract of insurance? Have you ever struck such contracts?
9. What does an insurance company compensate the insured person if the risk insured against does in fact occur?
10. On what terms does the owner of goods allow someone else to make use of them?

B

1. What general topics do commercial contracts usually cover?
2. What other topics can such contracts include if their subjects are machines or equipment?
3. May one consider supplements to contracts as an integral part of them?
4. In what part of contract are juridical names of the parties given?
5. In what part of contract is the type of bargain defined?
6. On what terms are the goods delivered under a contract?
7. What does the price of goods include?
8. How can payments be done under contracts?
9. Which are the main requirements for packing in which goods are to be delivered under contract?
10. What kinds of marks are indicated on the face side of each packing of goods to be delivered?

11. What do the Claims, Sanctions and Arbitration clauses regulate?
12. Why does every contract contain a Force-Majeure clause?
13. What is the final clause of a contract?

VI. Translate into English.

1. Любой контракт включает в себя обязательные условия, которые необходимо выполнить обеим сторонам.
2. Агент - это лицо, действующее по поручению другого лица. Торговый агент осуществляет куплю-продажу товаров соответствующего качества и определенного количества на установленной территории и в определенный период.
3. Договор ставит условием, что съемщик заплатит за ремонт комнаты.
4. Обычно в преамбуле дается полное юридическое наименование сторон, заключающих договор. Преамбула - первый основной раздел любого контракта.
5. Технические спецификации обычно прилагаются в конце контракта и являются его неотъемлемой частью.
6. Фирма Форд, в дальнейшем именуемая "Продавец", с одной стороны, и Мистер Твистер, в дальнейшем именуемый "Покупатель", с другой стороны, заключили настоящий контракт о нижеследующем:
7. Платеж будет произведен нами наличными в течение 45 дней с даты отправки погрузочных документов в Москву.
8. Упаковка должна обеспечивать полную сохранность товара при транспортировке.
9. Покупатель имеет право предъявить претензии о недостатке товара.

2.1.2. ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК

1.1. A LA RECHERCHE D'UN EMPLOI

1. Lisez le texte:

A la recherche d'un emploi

Quand on cherche un travail, on utilise Internet habituellement. En France il y a beaucoup de sites qui diffusent des annonces.

Presque toutes les entreprises ont leur propre site de recrutement où elles présentent leurs offres d'emploi et de stages. Elles se profitent de plus en plus des réseaux sociaux où on peut se renseigner directement auprès des recruteurs, sur une entreprise concrète, visiter son site et y déposer même son CV.

Regroupées en fédération ou groupement, les entreprises d'un même secteur professionnel ont souvent un portail où on trouve à la fois des offres d'emploi et des informations sur les métiers.

Mettant en relation des entreprises qui cherchent à embaucher et des candidats, les cabinets de recrutement ont leurs vitrines web qui diffusent des offres.

Les sociétés d'intérim ont aussi leur site diffusant des offres des contrats temporaires.

L'Association pour l'emploi des cadres publie beaucoup d'offres d'emploi. C'est un organisme paritaire qui est financé par des fonds publics.

Beaucoup de demandeurs d'emploi s'inscrivent aussi à Pôle emploi qui a vocation à lutter contre la hausse du nombre de chômeurs en France.

Et enfin les médias publient leurs petites annonces.

2. Vrai ou faux:

1. Les sociétés d'intérim proposent seulement des contrats temporaires.
2. Peu d'entreprises ont leur propre site de recrutement.
3. Quand on cherche un travail on s'inscrit à Pôle emploi.
4. Les fonds publics ne financent pas l'Association pour l'emploi des cadres.
5. Beaucoup d'annonces sont publiées par les médias.

3. Lisez le dialogue:

L'employée : Bonjour, le bureau de placement, je vous écoute.

La candidature : Bonjour. Je cherche un poste de responsable technique en bâtiment et travaux publics dans une entreprise ou dans une société.

L'employée : Bon, parlez-moi de vous. Vous êtes d'où? Quelle est votre nationalité?

La candidature : Je suis Russe, je suis de Moscou.

L'employée : Quelle est votre formation?

La candidature : J'ai fait mes études à l'Université du Bâtiment à Moscou à la faculté de Génie Civil.

L'employée : Un instant, je vais consulter mon fichier. Oui, une entreprise VOTEC. Je pense que vous allez leur convenir. Vous êtes disponible à partir de quand?

La candidature : Dès maintenant!

L'employée : Alors je vous attends pour remplir quelques papiers.

Qui parle : l'employée (E) ou la candidature (C) ?

1. Allô, je suis bien au bureau de placement? _____ **C** _____
2. Je vous demande de répondre à quelques questions. _____
3. J'ai fait mes études à l'Université du Génie Civil à Moscou. _____
4. Quelle est votre expérience professionnelle? _____
5. Alors je vous attends pour remplir quelques papiers. _____
6. Je vais consulter mon fichier. _____
7. Vous êtes disponible à partir de quand? _____

4. Faites correspondre:

1. Etes-vous prêt à voyager pour ce poste?
 2. Le français est ma langue maternelle.
 3. Je pense que vous allez leur convenir.
 4. Je vous demande de répondre à quelques questions...
 5. Un instant, je vais consulter mon fichier.
 6. Bonjour, le bureau de placement, je vous écoute.
 7. Et vous êtes disponible à partir de quand?
- А. Здравствуйте, бюро по трудоустройству, я Вас слушаю.
 Б. Когда Вы свободны?
 В. Тогда я вас попрошу ответить на несколько вопросов.
 Г. Минутку, я посмотрю картотеку.
 Д. Вы готовы ездить в командировки?
 Е. Я думаю, что Вы им подойдете.
 Ж. Французский – мой родной язык.

5. Rétablissez le bon ordre:

Dialogue 1

- 1) Vous êtes d'où? Vous êtes de quelle nationalité?
- 2) Avez-vous l'expérience professionnelle?
- 3) Quelle formation avez-vous?
- 4) Oui, parallèlement à mes études, j'ai travaillé chez « Boitier ».
- 5) Bonjour. Je suis à la recherche du poste de responsable technique en bâtiment et travaux publics dans une des entreprises étrangères de notre ville.
- 6) Je suis Maxim Egorov. Je suis Russe, mais je parle français et anglais.
- 7) J'ai fait mes études à l'Université du Bâtiment à Moscou à la faculté de Génie Civil.
- 8) Dès maintenant!
- 9) Bonjour, l'agence de recrutement. Je vous écoute.
- 10) C'est parfait.
- 11) Bien, on vous prie d'adresser votre CV et votre lettre de motivation au service des ressources humaines. On vous rappelle dans deux jours pour fixer l'heure du rendez-vous. Vous êtes disponible à partir de quand?

Dialogue 2

- 1) Qu'est-ce que vous avez comme formation?
- 2) Ah oui, je les connais : ils offrent des contrats de trois mois, payés au SMIC!
- 3) Je cherche un poste de réceptionniste dans un hôtel ou une entreprise.
- 4) Bon, je le prends.
- 5) Un instant, je consulte mon fichier pour voir si j'ai quelque chose... Oui, avec la chaîne d'hôtels Confotel.

6) J'ai un BTS d'hôtellerie ; j'ai travaillé pendant deux ans et je suis au chômage depuis quatre mois parce qu'il y a eu une fusion de groupes et donc licenciement économique.

7) Ah non, là, c'est un CDD d'un an. Le salaire est calculé sur le SMIC + 15 %. Vous avez une indemnité de transports et les horaires sont de 7 heures à 15 heures avec une pause pour le déjeuner.

Dialogue 3

1) Et alors? J'ai parlé de mes études au lycée, à l'université, de mes stages passés en Russie et en Italie.

2) Ça va? Comment s'est passé ton entretien?

3) Nous avons discuté pendant une heure et...

4) Est-ce que tu as dit que tu es trilingue?

5) Je suis prise. Je peux travailler dès le demain.

6) Merci bien. On m'a demandé mes motivations pour le poste, mes points forts et mes défauts.

7) L'entretien a-t-il duré longtemps?

8) C'est super! Je suis contente pour toi.

9) Qu'est-ce qu'on t'a dit?

10) Oui. Bien sûr. C'est un bon atout. J'ai même parlé russe et italien avec le directeur des ressources humaines. Il maîtrise bien ces deux langues.

11) Merci.

6. Complétez le dialogue avec vos propres répliques:

La secrétaire : Bonjour, l'agence d'intérim. Je vous écoute.

Un client : _____

La secrétaire : Dans ce cas je voudrais vous poser quelques questions. Vous n'êtes pas contre ?

Un client : _____

La secrétaire : Vous êtes d'où? De quelle nationalité êtes-vous?

Un client : _____

La secrétaire : Combien de langues connaissez-vous?

Un client : _____

La secrétaire : Quel est votre niveau de connaissance de la langue anglaise ?

Un client : _____

La secrétaire : Est-ce que vous pouvez justifier quatre ans d'expérience ?

Un client : _____

La secrétaire : Veuillez patienter, je consulte mon fichier. Écoutez, je crois que vous convenez aux critères de la Société «N».

Un client : _____

La secrétaire : Ils offrent un CDD de 12 mois.

Un client : _____

La secrétaire : Oui, vous avez une indemnité de transport.

Un client : _____

La secrétaire : Quant aux horaires de «N», la Société travaille de 7 heures à 15 heures avec une pause pour le déjeuner de deux heures.

Un client : _____

La secrétaire : Vous êtes disponible à partir de quand?

Un client : _____

La secrétaire : Dans ce cas vous vous adressez à la Société «N» pour l'entretien et remplir quelques formulaires.

Un client: _____

La secrétaire : Au revoir, mademoiselle. Bonne chance.

Un client: _____

7. Complétez:

Le numéro que vous avez demandé n'est pas en service actuellement	Набираемый Вами номер недоступен
Nous regrettons de ne pouvoir donner suite à votre appel	Мы сожалеем, что не можем ответить на Ваш звонок
Merci de nous contacter sur le 03 05 00 55 34	Просьба перезвонить нам по телефону 03 05 00 55 34
	Это агентство по трудоустройству?
	Я ищу работу ... на предприятии или фирме
	Я вас попрошу ответить на несколько вопросов
	Откуда Вы родом?
	Какой Вы национальности?
	Я француз
	Я говорю на трех языках
	Немецкий – это мой родной язык
	Это хорошее преимущество
	Расскажите о вашем образовании
	Минутку, я посмотрю картотеку, имеется ли у меня что-то
	Я думаю, что Вы соответствуете их требованиям
	Режим работы с 9 до 17 часов с перерывом на обед в один час
	Я согласна с этим предложением
	С настоящего момента
	В таком случае ждем Вас в агентстве, чтобы заполнить некоторые документы

8. Composez votre dialogue: vous venez de passer l'entretien avec le directeur des ressources humaines. Vous téléphonez à votre ami(e) et racontez comment cela s'est passé, quelles questions on vous a posées.

9. Lisez le texte:

Embaucher du personnel

Si une entreprise veut embaucher du personnel, elle doit définir d'abord le poste qui va faire l'objet du recrutement:

- l'intitulé du poste, les missions, les responsabilités, les évolutions possibles ;
- déterminer les compétences requises pour occuper celui-ci: formation, compétences particulières, expérience, qualités personnelles, mobilité ;

- choisir le type de contrat de travail et puis rédiger une annonce.

L'annonce doit décrire précisément le poste et le profil recherché pour cibler les meilleurs candidats potentiels. Sur la base des CV et des lettres de motivations l'entreprise va retenir un certain nombre de candidats pour un entretien. Cet entretien doit permettre de valider les compétences professionnelles du candidat et de mesurer sa motivation.

10. Trouvez les équivalents russes:

Embaucher le personnel, définir le poste, faire l'objet, déterminer les compétences, occuper le poste, choisir le type de contrat, rédiger une annonce, décrire le poste, cibler les meilleurs candidats, retenir un nombre de candidats, valider les compétences, mesurer la motivation.

11. Reliez:

- | | |
|---------|------------------------------------|
| 1. CDI | A. United Technologies Corporation |
| 2. UTC | B. Contrat à durée indéterminée |
| 3. Otis | C. Curriculum vitae |
| 4. CV | D. Nom d'entreprise |

12. Choisissez la définition:

1. United Technologies Corporation	A. le N°1 mondial de l'industrie de l'ascenseur
2. CV	B. le principal fournisseur mondial d'équipements technologiques pour le bâtiment
3. Otis	C. ensemble d'indications sur l'état civil, les diplômes et l'expérience d'un candidat à un poste

13. Reliez correctement:

- | | |
|--------------|-----------------------------------|
| 1) prendre | a) une équipe |
| 2) faciliter | b) la planification des chantiers |
| 3) manager | c) la mobilité |
| 4) assurer | d) les solutions |
| 5) proposer | e) la responsabilité |

14. Lisez les informations ci-dessous:

Une offre d'emploi contient nécessairement:

- l'indication du poste à occuper,
- les modalités de réponse (comment et à qui répondre).

Souvent aussi elle comporte les informations suivantes:

- la présentation de l'employeur: activité, position sur le marché, etc.,
- le profil du poste (tâches proposées),
- les possibilités d'évolution,
- le profil souhaité du candidat (compétences, qualités, formation, âge, etc.),
- la durée du contrat proposé,
- le lieu de travail,
- les conditions de travail (horaires, salaire, congés, avantages divers).

15. Retrouvez les informations qui figurent dans l'annonce suivante et placez-les face aux flèches. La solution est donnée pour la première information.

Cabinet d'avocats	←	1. <u>Présentation de l'employeur.</u>
installé à PARIS	←	2. _____
recrute une hôtesse d'accueil	←	3. _____
- Excellente présentation, goût du contact, professionnelle, discrète, très bon niveau d'anglais, connaissances d'allemand appréciées.	←	4. _____
- Accueil et renseignements des visiteurs. Réservation de salles de réunion, de billets d'avion, tri du courrier. Beaucoup de relations avec l'international.	←	5. _____
Horaires de travail: 9h-12h / 13h-17h	←	6. _____
Adresser lettre manuscrite, CV, photo sous référence 543 à Françoise Deville, Agence KIRECRUTE - 15 rue de Grenelle – 75015 Paris	←	7. _____

16. Examinez les annonces ci-dessous, trouvez les abréviations et traduisez-les:

1) Demandes d'emploi

JF SECRETAIRE
POLYVALENTE
cherche CDI
région 77 ou autre.
Tél. : 06 98 56 23 45

JH 23 ans DUT
prof, élect. Permis B.
ch. EMPLOI SUR IDF
OUEST OU 75.
Tél. : 01 39 74 36 78

INFIRMIÈRE ch.
remplacement qqes/
jour par semaine, et
W.E. et jours fériés.
Tél. : 06 13 25 43 09

2) Offres d'emploi

**a) Importante société de services spécialisée dans le nettoyage industriel
recherche pour son siège social à Paris un
CHEF COMPTABLE**

- âgé de 30 à 35 ans ;
- titulaire d'un B.T.S. comptable ;
- expérience réussie de 5 années minimum dans la fonction.

Au sein d'un service comptable, il aura pour mission :

- de tenir la comptabilité générale et analytique ;
- d'établir les déclarations fiscales et le bilan.

Rémunération de 20000 euros annuels + Restaurant d'entreprise.

Merci d'adresser lettre de motivation + C.V. à C.C. 2, av. de Choisy – 75013, Paris.

**b) La filiale française d'une société américaine leader sur le marché de
l'informatique siège social : Paris 16e recherche une
SECRETAIRE BILINGUE**

(français-anglais)

pour traiter et suivre les dossiers administratifs au sein du service du personnel.

– Vous avez au moins 25 ans, le B.T.S. de secrétariat de direction et quelques années d'expérience.

– Vous avez une bonne connaissance du traitement de texte et de la sténo.

– Vous voulez travailler dans un cadre agréable et gagner : 1000 euros × 13.

Alors adresser votre C.V. et présentation à I.L.C., 16 rue de Sorins 92000 – Nanterre.

**c) Fabricant français d'apprentissage électrique recherche pour secteur parisien :
REPRÉSENTANT**

– 20 ans minimum ;

– ayant le goût des contacts ;

– niveau de culture générale satisfaisant ;

– excellente présentation ;

– capable de gérer et développer la clientèle ;

– véhicule indispensable.

Frais remboursés + fixe + important intéressement.

Contactez-nous au 45 39 87 03 – Mme Vaguier – poste 542

17. Lisez le texte:

Qu'est-ce qu'un Curriculum Vitae

Le CV est un document qui présente les grandes étapes de la vie professionnelle et personnelle. Il est composé de différentes parties: «Informations personnelles (contact)», «Compétences», «Expériences professionnelles», «Formations (Études)» et «Centres d'intérêts» (activités sportives et/ou associatives, loisirs, causes humanitaires, etc.).

Un CV de qualité doit refléter votre personnalité et attirer l'attention du recruteur. Il faut savoir qu'un recruteur passe environ entre 5 et 15 secondes sur chaque CV avant de faire une première sélection. Votre Curriculum Vitae doit vous «vendre». Il doit respecter certaines règles de présentation, être clair et transmettre le message que vous souhaitez faire passer aux recruteurs.

Vous trouverez ci-dessous les règles de présentation pour obtenir un CV de qualité:

- Le CV constitue votre carte de visite professionnelle ;
- Un Curriculum Vitae ne doit pas être signé et ne doit pas être daté ;
- Il doit suivre une chronologie et doit être lisible (facile à lire) ;
- Le CV doit faire ressortir les éléments clés de votre profil ;
- Utilisez des phrases simples et courtes ;
- Incluez l'information utile et importante ;

- Évitez la redondance.

18. Trouvez les équivalents russes aux mots français:

- | | |
|----------------|-----------------|
| 1) recruteur | a) опыт |
| 2) expérience | б) резюме |
| 3) formation | в) работодатель |
| 4) implication | г) интересы |
| 5) intérêts | д) участие |
| 6) compétences | е) образование |
| 7) CV | ж) умения |

19. Vrai ou faux:

1. Le CV reflète vos activités professionnelles et vos intérêts personnels.
2. Un CV bien rédigé attire l'attention de l'employeur en moins d'une minute.
3. Si votre CV est écrit plus en détail, tant mieux pour vous.
4. Votre CV doit être signé par vous.
5. Le CV doit être court et précis.

20. Quelle information se réfère au CV:

- votre nom et prénom ;
- le nom de l'entreprise ;
- âge ;
- la durée de votre travail dans l'entreprise ;
- la dénomination du poste occupé ;
- le nom de l'université ;
- votre implication dans des activités différentes ;
- Maîtrise d'Excel avancé ;
- le nom du collègue.

Informations personnelles	Compétences	Expériences professionnelles	Formations	Centres d'intérêts

21. Faites votre CV et une lettre de motivation d'après ces modèles:

CURRICULUM VITAE

Antoine	Berrot
Né:	Le 22 juin 2000
Marié:	1 enfant
Adresse:	20, rue du Clos, 75020, Paris
Téléphone:	+33 1 55 72 34 58
Formation:	
20...	Brevet professionnel de maçon
20...	CAP de maçon, BTP CFA
20...	Brevet des collèges
Expérience professionnelle:	
20... – 20...	Employé polyvalent du bâtiment, société « ... »
20... – 20...	Employé polyvalent du bâtiment, société « ... »
20... – 20...	Ouvrier polyvalent du bâtiment, société « ... »

Langues:**Anglais:**

Lu, parlé, écrit

Espagnol:

Des notions

**Centres d'intérêt et qualités
professionnelles:**

Sérieux, autonome.

Très bonne résistance physique.

Permis B véhicule personnel. Travail le week-end
et déplacements sur la région acceptés.LETTRE DE MOTIVATION (Мотивационное письмо)

Prénom

Nom

Adresse

Code Postal / Ville / Pays

Adresse mail

Téléphone (Portable)

Monsieur ou Madame

Prénom Nom

Société

Titre dans la société

Adresse

Code Postal / Ville / Pays

A Paris, le 5 février 2012

Object: recherche d'un poste à temps partiel

Madame, Monsieur,

Etudiant(e) à l'université _____, je suis à la recherche d'un
emploi à temps partiel afin de pouvoir financer mes études.

J'ai acquis une première expérience professionnelle au cours de mes précédents
emplois et stages que j'ai effectués dans diverses sociétés (parlez directement de vos
qualités et/ou cours suivis).

Mon emploi du temps à l'université me laisse du temps disponible que je
souhaiterais mettre à profit en travaillant, à temps partiel, au poste de
_____ au sein de votre société. (Votre société présente pour
moi l'avantage d'être dans un secteur lié à mes études.)

Je suis disponible _____ (préciser les jours et
les mois et/ou semaines).

Je reste à votre disposition pour de plus amples informations et j'espère pouvoir
vous présenter ma motivation de vive voix lors un entretien.

Dans l'attente de vous rencontrer, je vous prie de croire, Madame, Monsieur, à
l'expression de mes sincères salutations.

(Prénom Nom)

(Signature)

1.2. ENTREPRISES, LEURS FORMES JURIDIQUES

1. Lisez les textes:

Qu'est-ce qu'une entreprise?

A

Regroupant l'ensemble des activités d'une personne ou d'un groupe de personnes qui travaillent pour fournir des biens ou des services à des clients, l'entreprise combine plusieurs facteurs: une bonne idée, un apport en argent, en moyens humains ou matériels, et aussi à une bonne dose d'enthousiasme.

L'entreprise peut exister sous plusieurs formes. Elle peut être constituée par une seule personne, ce qui n'exclut pas la possibilité d'avoir des salariés. Dans ce cas, le créateur est l'unique propriétaire de l'entreprise.

Elle peut aussi se constituer à plusieurs. Chacun est alors propriétaire de l'entreprise proportionnellement à son apport. L'actionnaire ou l'associé peut être une personne physique, une autre entreprise ou même l'Etat. L'entreprise est alors une entreprise publique. Toutes les autres sont des entreprises privées.

L'objectif de l'entreprise est de satisfaire ses clients pour créer de la richesse ce qui permet de créer plus d'emplois et de verser des salaires. Par le paiement d'impôts et de taxes, l'entreprise prend part aussi à la vie collective.

Pour assurer sa réussite l'entreprise ne comprend pas uniquement les actions commerciales qui doivent être mises en œuvre, mais doit, également, tenir compte du facteur humain, très important dans la bonne marche de l'entreprise et donc, dans la réalisation des objectifs financiers.

Vrai ou faux:

1. L'entreprise a besoin de ressources humains ou de matériels.
2. L'entreprise existe sous une seule forme.
3. Une seule personne ne peut pas constituer l'entreprise.
4. L'actionnaire ne peut pas être une personne physique.
5. L'entreprise participe à la vie collective.

B

L'entreprise est une unité économique autonome organisée pour la mise en œuvre d'un ensemble de facteurs de production, en vue de produire des biens ou services pour le marché.

L'entreprise est un lieu où s'élaborent les produits que nous consommons où sont réalisés les investissements, répartis les revenus, exportés les produits qui conditionnent l'équilibre commercial, créés des emplois nouveaux. L'entreprise est le lieu où travaillent en commun l'entrepreneur comme chef d'entreprise, les employés et les ouvriers comme personnel, en vue d'atteindre les buts de l'entreprise et pour le bien commun du peuple et de l'État.

L'entreprise combine les facteurs de la production en vue d'obtenir un produit qu'elle écoule sur le marché. Elle ne tend pas immédiatement à satisfaire les besoins de ses membres pourvu qu'elle puisse vendre son produit au coût ou au-dessus du coût. Elle répond à l'appel des besoins solvables sur le marché. L'entreprise doit être distinguée de l'établissement qui représente une unité de production techniquement individualisée mais juridiquement dépendante. Une entreprise peut comprendre plusieurs établissements.

L'entreprise est un système complexe qui est en échange constant avec l'extérieur et dotée d'une multitude de processus de décision, de recherche et de transmission des informations. Elle est inséparable du système économique et social dans lequel elle s'insère.

L'entreprise actuelle est très différente de ce qu'elle était il y a encore vingt ans. Elle est composée de techniciens, voire de spécialistes dans toutes les disciplines qui contribuent à sa bonne marche. La technique n'est plus que de production. Elle est partout et contribue au respect mutuel.

Le style de commandement a mué vers le style de direction. La compétence remplace l'ancienneté. La légitimité naît des résultats de l'action plus que de l'héritage. La communication essaie d'obtenir l'adhésion des hommes; les objectifs sont explicites et les moyens pour les atteindre sont pesés.

Chaque homme doit «se vendre», convaincre, expliquer. Rien n'est définitivement acquis. L'entreprise doit s'adapter en permanence aux résultats de ses actions. C'est une mutation continuelle à laquelle sont confrontés les membres de son personnel. Ceux qui n'évoluent pas dans le sens général se trouvent vite dépassés, marginalisés et près de la porte de sortie. S'ils ne réagissent pas, ils auront la malchance de gonfler le chiffre des demandeurs d'emploi car leur qualification ne sera plus en phase avec celle requise. En revanche, ceux qui font encore partie du système y sont adaptés, leurs compétences sont reconnues.

Ce sont donc les hommes qui ont réalisé le but poursuivi par l'entrepreneur dans un cadre juridique donné et avec des préoccupations politiques adaptées. Ces hommes partagent avec l'entrepreneur le risque de réussite ou d'échec de leur firme. Ils sont attirés par un marché de l'emploi et la capacité bénéficiaire de l'entreprise.

Questions:

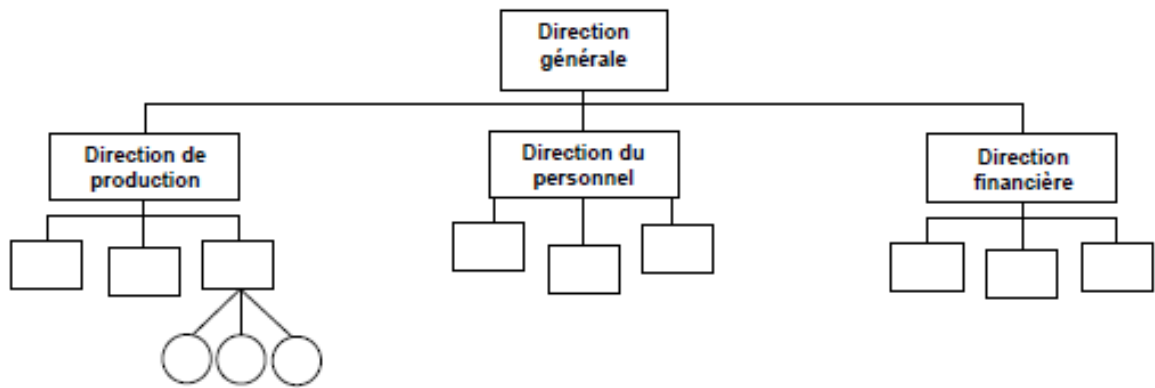
1. En quoi consiste la fonction principale de l'entreprise?
2. Quel est le but essentiel de l'entreprise?
3. Quels sont d'autres objets recherchés par l'entreprise?
4. L'entreprise, quels facteurs de production combine-t-elle?
5. Quels sont les rapports entre l'entreprise et les travailleurs?

2. Lisez les textes:

L'entreprise

Ayant ses propres stratégie, politique et plan d'action, une entreprise produit, fournit des biens ou des services aux clients et réalise un équilibre de ses comptes de charges et de produits. Elle mobilise et consomme des ressources (matérielles, humaines, financières, immatérielles et informationnelles) ce qui la fait coordonner ses fonctions (fonction d'achat, fonction commerciale, fonction informatique).

L'entreprise est un système structuré. La structure d'une entreprise peut être définie comme l'ensemble des mécanismes par lesquels une entreprise répartit, organise, coordonne et contrôle ses activités. L'ensemble de la structure d'une entreprise est représenté par un organigramme qui montre la répartition des domaines d'activité: direction générale, directions spécialisées (production, finances, marketing), sous-directions, chefs de service.



La structure de l'entreprise

La structure est la répartition des pouvoirs, des responsabilités, des tâches et des communications dans l'entreprise.

La structure définit les caractéristiques spécifiques et durables de l'entreprise: la répartition des tâches, des pouvoirs, des responsabilités; la circulation des informations; les mécanismes de coordination.

L'organigramme est la représentation graphique de la structure interne de l'entreprise avec le titre et la prestation de chacun de ses membres.

L'entreprise et sa direction

Les dirigeants de l'entreprise doivent préciser les grandes orientations qu'ils veulent lui donner, de définir la stratégie à suivre.

Une entreprise peut avoir différentes finalités: exister et survivre, se développer, se diversifier, assurer la rémunération du capital et du travail, conserver son indépendance, permettre au personnel de l'entreprise de réaliser ses aspirations. Partant des finalités globales de l'entreprise, la direction définit la stratégie à suivre. Dans l'entreprise traditionnelle, le pouvoir est *centralisé*, c'est-à-dire concentré entre les mains de la direction (patron pour les petites et moyennes entreprises, direction générale pour les grandes entreprises). Depuis quelques années *la décentralisation* des décisions et *la délégation* des responsabilités tendent à remplacer ce schéma. *La direction participative par objectifs* (D.P.O.) est la phase la plus évoluée de la décentralisation.

Dans *une organisation centralisée*, le pouvoir de décision est concentré entre les mains d'un petit nombre de personnes.

La décentralisation s'appuie sur la délégation des responsabilités dans l'entreprise: elle consiste à répartir les tâches de direction, de gestion et de contrôle entre les différents niveaux d'exécution.

Les principes de *la direction par objectifs* (D.P.O.) ont été proposés par P.Drucker vers 1960. Ils permettent de mettre en oeuvre la décentralisation dans l'entreprise: la direction dans l'entreprise fixe des objectifs qu'elle soumet aux différents directeurs des unités pour recueillir leurs avis avant exécution. Dans cette optique, la fixation des objectifs n'est pas discutée, seuls les moyens accordés font l'objet d'une négociation. O.Gélinier, vers 1970 complète ce système, appelé dès lors *direction participative par objectif* (D.P.P.O.): les différents membres du personnel fixent avec leurs supérieurs des objectifs qu'ils s'engagent à réaliser.

3. Faites les devoirs suivants:

1. Définissez le rôle des dirigeants de l'entreprise.

2. Enumérez les différentes finalités d'une entreprise.
3. Comment comprenez-vous le pouvoir centralisé de l'entreprise?
4. En quoi consiste la décentralisation?
5. Quelles sont les phases les plus évolutives de la décentralisation?
6. Comparez les principes de D.O.P. et de D.P.P.O.

4. Faites le schéma de la structure d'une compagnie française en utilisant l'information suivante:

Le Directeur Général est assisté par trois Directions.

Placé sous l'autorité du Directeur Administratif qui supervise aussi la Comptabilité et le Service de la sécurité, le Chef du personnel est responsable du Service du personnel. Il est aidé de 3 employés.

Les Ateliers 1 et 2 dirigés par les Chefs d'équipe sont placés sous la direction du Chef de fabrication.

Le Directeur Technique a sous sa responsabilité le Service de fabrication et le Service des études qui est confié au Chef des études secondé par deux dessinateurs et un technicien.

Le Directeur Commercial supervise le Chef des achats qui travaille avec quatre employés, le Chef de publicité et le Chef des ventes assisté de trois employés.

MOTS CLÉS:

pouvoir <i>m</i>	власть, возможность, полномочия
responsabilité <i>f</i>	ответственность, функция, пост, должность
organigramme <i>m</i>	схема управления предприятия; (организационная схема)
finalité <i>f</i>	конечная цель
se diversifier	становиться разнообразнее
rémunération <i>f</i>	оплата труда, доход
personnel <i>m</i>	личный состав, штат, кадры
aspirations <i>f pl</i>	стремления, чаяния
délégation <i>f</i>	управление, делегирование, передача (полномочий)
évolué (e)	развитой
mettre en oeuvre	осуществить, внедрить
objectif <i>m</i>	цель
dans cette optique	с этой точки зрения
négociation <i>f</i>	поручение, дело, переговоры
supérieur <i>m</i>	начальник, вышестоящий
s'engager à	взять на себя обязательство, что-либо сделать
participatif, ve	долевой
publicité <i>f</i>	реклама
service <i>m</i> (de) comptabilité	бухгалтерия
chef-comptable <i>m</i>	главный бухгалтер
service <i>m</i> du personnel	отдел кадров

5. Faites des récits sur les sujets suivants à partir du vocabulaire:

1. *L'organigramme*: la structure interne, les tâches, les pouvoirs, les responsabilités, les sous-systèmes.

2. *Le pouvoir centralisé*: des finalités de l'entreprise, la centralisation, le pouvoir de décision.

3. *La décentralisation*: la délégation des responsabilités, répartir les tâches; la gestion, le contrôle.

4. *La direction par objectifs*: P. Drucker, la décentralisation, les directeurs, recueillir les avis.

5. *La direction participative par objectifs*: les membres du personnel, les supérieurs, les objectifs.

6. Faites correspondre:

- | | |
|-----------------------------|----------------------------------|
| 1) activité bancaire | a) коммерческая деятельность |
| 2) activité commerciale | б) прогнозирование |
| 3) activité de consommation | в) банковская деятельность |
| 4) activité économique | г) биржевая активность |
| 5) activité de gestion | д) производственная деятельность |
| 6) activité productive | е) безубыточная деятельность |
| 7) activité de prévision | ж) рекламная деятельность |
| 8) activité publicitaire | з) управленческая деятельность |
| 9) activité rentable | и) хозяйственная деятельность |
| 10) activité boursière | к) потребление |

7. Reliez:

L'entreprise dispose...

- | | |
|----------------------------|--|
| 1. D'ateliers | a) pour vendre des marchandises |
| 2. De magasins | b) pour faire des recherches |
| 3. D'entrepôts | c) pour fabriquer des produits |
| 4. De bureaux | d) pour faire manger des salariés |
| 5. De hangars | e) pour ranger les voitures |
| 6. De laboratoires | f) pour faire le travail administratif |
| 7. D'un siège social | g) pour présenter la marchandise aux visiteurs |
| 8. D'une cantine | h) pour stocker les matières premières |
| 9. D'un parking | i) pour entreposer le matériel |
| 10. D'un hall d'exposition | j) pour recevoir la direction de l'entreprise |

8. Traduisez les sigles:

- | | |
|-----------|---|
| 1) SMIC | A. Entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée |
| 2) SNC | B. Pour cent |
| 3) CDD | C. Euro |
| 4) SA | D. Contrat à durée déterminée |
| 5) % | E. Société en nom collectif |
| 6) EURL | F. Salaire minimum interprofessionnel de croissance |
| 7) \$ | G. Société anonyme |
| 8) P.D.G. | H. Dollar |
| 9) SARL | I. Société à responsabilité limitée |
| 10) € | J. Président-Directeur Général |
| 11) ANPE | K. Brevet de technicien supérieur |
| 12) BTS | L. Agence nationale pour l'emploi |

9. Complétez ce texte par les mots ci-dessous:

M. Dubois est à la (1) _____ d'une petite (2) _____, évaluée à 20 000 €. Désirant s'agrandir, il voudrait (3) _____ avec un ami, M. Legrand. Celui-ci apporterait également 20 000 € et ensemble, ils pourraient (4) _____ soit une SARL, soit une SNC. Cependant M. Legrand (5) _____ beaucoup à s'engager. (6) _____ le décider, M. Dubois lui propose de convenir que, si la (7) _____ réalise des bénéfices, il en recevra 75 % et que, si elle fait des pertes, lui-même les supportera intégralement.

- a) s'associer
- b) pour
- c) tête
- d) hésite
- e) entreprise
- f) société
- g) créer

10. Trouvez les synonymes:

- 1) but
- 2) compagnie
- 3) personnel
- 4) remise
- 5) travail
- 6) à bon marché
- 7) offre
- 8) patron
- 9) client
- 10) vendeur
- a) proposition
- b) rabais
- c) activité
- d) marchand
- e) dirigeant
- f) objectif
- g) consommateur
- h) à bas prix
- i) salariés
- j) société

11. Trouvez les définitions:

L'exploitation agricole	A. Elle transforme et fabrique des biens matériels en grandes quantités. Ex.: une entreprise automobile, une entreprise agroalimentaire.
L'entreprise industrielle	B. Elle vend des services. Exemples: une agence de voyage, une entreprise de transport, etc.
L'entreprise artisanale	C. Elle achète et vend des biens sans les transformer. Ex.: une épicerie, un supermarché, une librairie, etc.
L'entreprise commerciale	D. C'est une ferme. On y cultive des légumes, des fruits, des céréales, etc. On peut aussi y pratiquer l'élevage.
L'entreprise de services	E. Une personne travaille pour son propre compte en exerçant un métier manuel. L'artisan est un ouvrier qualifié. Ex.: un plombier, un menuisier, un tailleur, etc.

12. Remplissez les points par les mots du texte:

1. Plusieurs personnes peuvent donner ... chacun par rapport à leurs compétences et fonctions sous la structure *fonctionnelle*.
2. Sous la structure *hiérarchique* l'employé reçoit ... d'un seul chef.
3. La division est ... sous la structure *divisionnelle*.
4. Les entreprises avec des projets longs et des lignes de produits variées ont une structure ...

5. Chaque collaborateur a ... bien définies sous la structure *matricielle*.

13. Lisez le texte:

Les entreprises sont variées

D'habitude on classe les entreprises selon leur taille, leur activité et leur statut juridique.

1. La taille peut être *petite, moyenne, grande, multinationale*.

La taille de l'entreprise est définie en fonction de son importance, c'est-à-dire:

- de son **chiffre d'affaires** (total des ventes effectuées au cours d'une certaine période);

- du **nombre** de ses salariés;

- de son **capital social** (somme d'argent apportée par le(s) propriétaire(s);

- de sa **valeur ajoutée** (richesse réellement créée par l'entreprise).

Aucun de ces critères pris isolément ne donne une classification satisfaisante des entreprises. C'est toutefois celui des effectifs employés qui fonde la distinction entre PME et grandes entreprises, soit:

- de 0 à 9 salariés: entreprise artisanale;

- de 10 à 49: petite entreprise;

- de 50 à 499: entreprise moyenne;

- plus de 500: grande entreprise.

2. L'activité peut avoir lieu dans les secteurs économiques suivants:

- secteur PRIMAIRE

L'exploitation agricole

(Transformation du milieu naturel)

- secteur SECONDAIRE

L'entreprise artisanale

(Activité manuelle pour la production de biens, la réparation et la prestation de services)

L'entreprise industrielle

(Transformation et fabrication de biens destinés à la vente)

- secteur TERTIAIRE

L'entreprise commerciale

(Achat et revente de biens sans transformation)

L'entreprise de services

(Vente de biens immatériels)

3. Le statut juridique

On distingue en particulier:

Entreprises privées

L'entreprise individuelle: elle a pour propriétaire une seule personne qui dirige et organise elle-même la production. On la rencontre spécialement dans l'agriculture, "artisanat et le petit commerce.

Capital: Pas de minimum. Pas d'associés.

Responsabilité: illimitée puisque le patrimoine de l'entreprise n'est pas dissocié du patrimoine personnel du chef d'entreprise. Entreprise de petite taille (souvent moins de 10 salariés).

La société: le capital nécessaire à sa constitution est apporté par deux ou plusieurs personnes qui conviennent, par un contrat, de donner à une entreprise commune des

biens ou leur savoir-faire, dans le but de partager les bénéfices ou les pertes. La société peut avoir un seul associé (E.U.R.L.).

La coopérative: le but essentiel des coopératives est de rendre service à leurs membres, satisfaire leurs intérêts.

La coopérative de production: regroupe des travailleurs qui sont propriétaires du capital de l'entreprise et qui la dirigent.

La coopérative de consommation: ses membres sont des consommateurs. Autres coopératives: coopératives agricoles, bancaires, d'assurances (mutuelles), etc.

Entreprises publiques

L'établissement public: l'Etat contrôle la gestion et nomme les dirigeants.

La société nationale (ou nationalisée): l'Etat est (ou est devenu) le seul propriétaire de l'entreprise possédant la totalité du capital social. Ex.: Renault, Banque Nationale de Paris (B.N.P.)

La société d'économie mixte: l'Etat possède une partie du capital, le reste étant la propriété de personnes privées. Ce sont les capitaux publics qui sont majoritaires. Ex.: Air France, la C.F.P. (Total).

Différents types de sociétés

Les sociétés de personnes: les associés ont une responsabilité illimitée. Si la société a des dettes qu'elle ne peut rembourser, chacun des associés devra s'en acquitter avec ses biens personnels. Pour créer une société de personnes aucun capital minimum n'est requis. Ces sociétés peuvent donc être constituées avec des apports personnels peu importants, deux associés suffisant. Les parts sociales ne sont cessibles qu'à condition d'obtenir l'accord de tous les autres associés. La société qui regroupe des individus devant se faire confiance reste de taille restreinte. Sa forme la plus fréquente est *la société en nom collectif (S.N.C.)* qui est dirigée par un ou plusieurs gérants associés ou non.

Il existe encore *la société en commandite simple (S.C.S.)*. Capital: Pas de minimum légal. Nombre d'associés: Minimum: 1 commandité, 1 commanditaire. Le capital social est divisé en parts sociales. Direction: le gérant est un commandité; le commanditaire ne peut gérer mais peut prendre part aux décisions. Responsabilité: les commandités sont responsables sur la totalité de leur patrimoine personnel (responsabilité illimitée). Les commanditaires: en proportion de leurs apports respectifs.

Les sociétés de capitaux: la responsabilité est limitée à l'apport financier. Chaque associé ne peut perdre que ce qu'il a apporté à la société. C'est la forme juridique des grandes sociétés car elle permet de réunir un grand nombre d'associés, et donc des capitaux importants. Sa forme la plus fréquente est *la société anonyme (S.A.)*. Une S.A. ne peut être constituée que par 7 associés. Les actions sont librement cessibles.

La société en commandite par actions: le nombre d'associés – minimum 4: 1 commandité, 3 commanditaires. Le capital est divisé en actions. Les commandités sont responsables sur la totalité de leur patrimoine personnel (responsabilité illimitée). La responsabilité des commanditaires est limitée à leur apport financier. Direction: un ou plusieurs gérants (associés ou non) désignés par l'assemblée générale des actionnaires avec l'accord de tous les commandités.

La société à responsabilité limitée: la S.A.R.L. se situe à mi-chemin de la S.N.C. à la S.A. Elle est plus adaptée aux petites et moyennes entreprises, car elle peut regrouper de 2 à 50 associés au maximum. Chaque associé n'est responsable des dettes de la société que sur son apport financier. La S.A.R.L. exige une mise de départ: 2

associés. Les parts sociales sont librement cessibles entre associés et cessibles à des tiers avec l'accord de la majorité des associés représentant les trois quarts du capital social. Direction: un ou plusieurs gérants (associés ou non), désignés par l'assemblée générale.

Entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée (E.U.R.L.): la société créée par une personne qui apporte le capital. Ce statut permet à l'entrepreneur de limiter le risque financier. *Nombre d'associés: 1.* Direction: Un gérant qui peut être différent de l'entrepreneur. Responsabilité: Limitée au capital apporté par l'entrepreneur. Entreprise de petite taille.

Organisation de l'entreprise

Pour que l'entreprise qui emploie plusieurs personnes progresse et obtienne de bons résultats elle doit être bien organisée. La structure de l'entreprise est généralement représentée par **un organigramme** qui fait apparaître les fonctions des individus, les services, leurs relations hiérarchiques et fonctionnelles.

L'organisation peut être:

- **hiérarchique:** les décisions et informations ne se diffusent que du haut de la hiérarchie vers le bas; chaque subordonné ne reçoit d'ordre que d'un seul chef auquel il doit rendre compte de son activité;

- **fonctionnelle:** la direction générale de l'entreprise est subdivisée en fonctions qui ont chacune leur structure; chaque responsable spécialiste exerce son autorité sur plusieurs services, mais dans le seul domaine de sa compétence;

- **hiérarchico-fonctionnelle, dite staff and line:** combine les deux précédentes. Il existe alors au sein de l'entreprise deux types de liaisons: l'une hiérarchique, l'autre fonctionnelle.

Dans les entreprises françaises, la structure de type hiérarchique reste encore un modèle de base. Le degré de centralisation est élevé: les décisions prises au siège sont communiquées aux filiales.

14. Les principales formes juridiques des entreprises françaises:

Statut juridique	Entreprise individuelle	Société en nom collectif	Société à responsabilité limitée	Société anonyme
Аббревиатура		SNC	SARL	SA
Юридический статус	Индивидуальное предприятие	Товарищество	Общество с ограниченной ответственностью	Акционерное общество

Mettez le nom de l'entreprise:

A. ...Gérée par un gérant, associé ou non, contrôlée par les associés, comprend de 2 à 50 personnes. Les associés sont solidairement responsables dans la limite de leur apport à la société. Le capital est divisé en parts sociales. Les associés ne sont pas commerçants.

B. ...Gérée par un ou des gérant(s), associé(s) ou non, contrôlée par les associés, comprend 2 personnes minimum. Les associés sont solidairement responsables sur leurs biens personnels. Le capital est divisé en parts sociales. Les associés ont le statut de commerçants.

C. ...Gérée par un Conseil d'Administration, avec à sa tête un P.D.G., ou par un Directoire (2 à 5 membres), actionnaires ou non, contrôlée par les actionnaires réunis en assemblée générale et par le Conseil de Surveillance en cas de gestion par un Directoire, comprend 7 personnes minimum. Les associés sont solidairement responsables dans la limite de leur apport à la société. Le capital est divisé en actions. Les associés ne sont pas commerçants.

D. ...Gérée par l'entrepreneur ou un gérant, contrôlée par l'entrepreneur propriétaire, comprend 1 personne. L'entrepreneur est responsable des dettes de l'entreprise sur ses biens personnels. Le patrimoine de l'entreprise n'est pas distinct de celui de l'entrepreneur. Il a le statut de commerçant.

1. Entreprise individuelle	2. Société en nom collectif	3. Société à responsabilité limitée	4. Société anonyme
----------------------------	-----------------------------	-------------------------------------	--------------------

DEFINISSONS LES NOTIONS

Personne morale: La création d'une société donne naissance à une personnalité juridique de l'entreprise, la personne morale, qui a: un *nom (raison social)*; un *domicile (siège social)*; une *nationalité* (celle du domicile du siège social); une *capacité juridique* (possibilité d'être représentée en justice); une *responsabilité civile* (concernant les fautes commises).

Commandite: Le détenteur de capitaux (commanditaire) fournit à un entrepreneur (commandité) les fonds nécessaires à l'exploitation d'une société.

Commandités: Associés en nom collectif et gérants de la société, responsables des dettes de la société.

Commanditaires: ceux qui fournissent les capitaux à l'entreprise mais ne participent pas à sa gestion.

Filiale: Entreprise dont plus de la moitié du capital social est contrôlée par une autre entreprise appelée société-mère. A la différence d'une *succursale* la filiale a sa propre personnalité morale.

Groupe: Ensemble d'entreprises dont l'une est la Société-mère et les autres sociétés-filles ou filiales. La société-mère: détient des participations dans les filiales; prend les décisions importantes; est présentée dans les conseils d'administration des filiales. Un groupe peut être industriel ou financier, selon la spécialité de la société-mère (industrie, banque, service ...).

Holding: Groupe financier. La société-mère détient des actions des filiales et les gère selon une logique de rentabilité financière des capitaux investis.

Cartel: Entente entre entreprises indépendantes sur le niveau des prix de vente dans le but de limiter la concurrence.

Multinationale: Entreprise dont la société-mère est dans le pays d'origine et plusieurs de ses filiales sont localisées dans des pays étrangers. La multinationale opère une diversification géographique de ses unités de production dans l'objectif de: produire au moindre coût; se rapprocher des sources de matières premières; se rapprocher de la meilleure main d'oeuvre; se rapprocher du consommateur.

Concentration: Augmentation de la taille de l'entreprise. La concentration s'opère au fur et à mesure de la croissance de l'entreprise. La concentration peut s'opérer par *fusion* ou *absorption*.

Fusion: Deux entreprises (en général de même taille) décident de rassembler leurs activités en créant une direction unique pour les deux entreprises, l'entreprise A et l'entreprise B deviennent une seule et même entreprise C.

Absorption: C'est le rachat d'une entreprise A par une autre (B). L'entreprise A devient alors filiale de B. L'absorption peut être opérée sous forme d'une prise de contrôle du capital de A.

Joint-venture: il s'agit d'un accord entre plusieurs partenaires qui mettent en commun des ressources (capital, actifs, savoir-faire, réseau de distribution, relation ...) pour explorer un marché et créent une filiale commune, ce qui permet de donner à cet accord une forme sociale. La structure du capital peut être paritaire (détenue à 50/50) ou hiérarchisée. On distingue les joint-ventures domestiques (créées par des partenaires de même nationalité) des joint-ventures internationales qui lient en général une multinationale et un partenaire local.

15. Répondez aux questions:

1. Quels sont les traits communs de toutes les entreprises?
2. Quels critères principaux permettent de classer les entreprises?
3. Les associés d'une S.N.C. quel statut doivent-t-il avoir? Et quant à la S.A.R.L.?
4. Quelle est la forme de société la plus adaptée aux petites et moyennes entreprises? Pourquoi?
5. Dans quel cas une entreprise publique, peut-elle avoir le statut juridique de S.A.?
6. Quels types d'entreprise sont présents dans l'économie de votre pays? Comparez leurs caractéristiques avec celles des entreprises françaises.
7. En quoi l'organisation hiérarchique de l'entreprise est différente de l'organisation fonctionnelle?

16. Traduisez en russe:

1. Nous prévoyons une baisse de notre chiffre d'affaires de près de 3% par rapport à celui du semestre dernier.
2. Un service de relations publiques a pour but de mieux faire connaître une entreprise.
3. Notre directeur commercial pense pouvoir atteindre les objectifs fixés plus tôt que prévu.
4. Le chef du personnel m'a conseillé d'aller suivre un cours de commerce extérieur à la Chambre de Commerce.
5. Notre directeur des ventes qui se rendra, prochainement, dans votre région souhaiterait rencontrer un responsable du service achat de vos établissements.
6. La création d'une société anonyme permet de réunir les capitaux indispensables au lancement d'une affaire importante.
7. Une action est un titre de propriété qu'une personne obtient généralement en échange d'un apport de capital dans une société.
8. La Bourse est le lieu où les actions sont échangées en fonction de la loi de l'offre et de la demande.
9. La Bourse permet aux grandes entreprises de trouver les fonds nécessaires à leur fonctionnement.
10. Cette entreprise connaît des difficultés à cause de la hausse du prix des matières premières qu'elle emploie.

17. Traduisez en français:

1. Прежде чем принять какое-либо решение, я должен посоветоваться со своими партнерами.
2. Эта фирма хочет открыть свой офис в центре Минска.
3. Мы значительно увеличили наш товарооборот.
4. Наблюдается несогласованность между проектными и коммерческими службами
5. Приватизация не приостановила спад производства.
6. Многие предприятия не в состоянии расплатиться со своими поставщиками.
7. За последние шесть месяцев число убыточных предприятий возросло вдвое.
8. Не могли бы вы помочь мне подготовить повестку дня ближайшего собрания акционеров.
9. Административный совет решил оставить управляющего в должности на два года.
10. Переговоры могли бы привести к слиянию двух конкурирующих фирм.

Vocabulaire

- | | |
|--|--|
| 1.absorption (f) | 1. – поглощение |
| 2.appel (m) public à épargne | 2. – заявка предприятия на котировку своих ценных бумаг на фондовой бирже или на их размещение |
| 3.apport (m) (au capital d'une société) | 3. – вклад, взнос |
| 4.approvisionnement (m) | 4. – снабжение |
| 5.article (m) fini | 5. – готовая продукция |
| 6.associé (m) | 6. – компаньон, участник |
| 7.bénéfice (m) | 7. – прибыль, польза |
| 8.capacité (f) juridique | 8. – юридическая правоспособность |
| 9.capital (m) social | 9. – уставной капитал |
| 10.chiffre (m) d'affaires (CA) | 10. – объем оборота (торговый оборот) |
| 11.cessible | 11. – передаваемый |
| 12.commanditaire (m) | 12. – вкладчик коммандитного товарищества |
| 13.commandite (f) | 13. – коммандитное товарищество |
| 14.commandité (m) | 14. – коммандит, главный партнер коммандитного товарищества |
| 15.conseil (m) de surveillance | 15. – наблюдательный совет |
| 16.créancier (m) | 16. – кредитор |
| 17.détenteur (m) de capitaux | 17. – владелец (держатель) капитала |
| 18.directoire (m) | 18. – директорат, правление |
| 19.effectif (m) | 19. – зд. штат работников предприятия |
| 20.entreprise (f) | 20. – предприятие |
| 21.entreprise (f) artisanale | 21. – ремесленное предприятие |
| 22.entreprise (f) en difficulté | 22. – убыточное предприятие |
| 23.entreprise (f) à bail | 23. – арендное предприятие |
| 24.E.U.R.L. (entreprise (f) unipersonnelle à | 24. – индивидуальное предприятие с ограниченной ответственностью |

responsabilité limitée)	
25.établissement (m) public	25. – государственное учреждение
26.exploitation (f) agricole	26. – сельскохозяйственное предприятие
27.exploitation (f) publique	27. – государственное предприятие
28.faillite (f)	28. – банкротство, несостоятельность
29.filiale (f)	29. – дочерняя фирма, филиал
30.fondateur (m)	30. – учредитель
31.forfaitaire	31. – фиксированный, заранее обговоренный
32.fournisseur (m)	32. – поставщик
33.fusion (f)	33. – слияние
34.gérant (m)	34. – управляющий
35.gestion (f)	35. – управление
36.indemnisation (f)	36. – возмещение ущерба; компенсация
37.investisseur (m)	37. – инвестор
38.joint-venture (f)	38. – совместное предприятие
39.lucratif	39. – прибыльный, доходный
40.mise (f) de départ	40. – первоначальное капиталовложение
41.numéraire (m)	41. – деньги, денежные средства
42.payer en numéraire	42. – платить наличными
43.part (f) sociale	43. – социальная доля
44.personne (f) morale	44. – юридическое лицо
45.personne (f) physique	45. – физическое лицо
46.prestation (f) de services	46. – предоставление услуг
47.prix (f) de revient	47. – себестоимость
48.profit (m)	48. – прибыль, доход; выгода, польза
49.reconversion (f)	49. – конверсия
50.régie (f) directe	50. – простое управление (через чиновников)
51.rémunération (f)	51. – оплата (труда), заработная плата
52.rétribuer	52. – оплачивать, вознаграждать
53.réseau (m) de distribution	53. – торговая сеть
54.secteur (m) primaire	54. – первичный сектор экономики
55.secteur (m) secondaire	55. – вторичный сектор экономики
56.secteur (m) tertiaire	56. – сфера услуг
57.siège (m) d'une entreprise	57. – штаб-квартира
58.siège (m) social	58. – юридический адрес
59.société (f)	59. – компания, товарищество, общество
60.société (f) anonyme	60. – анонимное акционерное общество
61.société (f) de capitaux	61. – товарищество капиталов
62.sociétés (f) concurrentes	62. – конкурирующие фирмы
63.société (f) de conseil	63. – консалтинговая фирма
64.société (f) écran	64. – «дутая фирма»
65.S.C.S. (société (f)	65. – простое коммандитное товарищество
en commandite simple)	
66.S.C.A. (société (f)	66. – коммандитное товарищество на паях
en commandite par actions)	
67.société (f)-mère	67. – головная фирма
68.S.N.C. (société (f)	68. – полное товарищество
en nom collectif)	

1.3. POUR PARLERS, COMMUNICATION TELEPHONIQUE

1. Lisez le texte:

La voix, le ton, l'intonation et même les silences jouent un rôle important lors d'une conversation téléphonique. Tous ces éléments vont alors conditionner la conversation qui va s'établir entre les interlocuteurs. Et si la parole est le propre de l'homme reste encore à savoir l'utiliser à bon escient...

Dans le cadre de votre métier vous êtes quotidiennement évalué sur votre capacité à répondre vite et bien aux attentes de vos interlocuteurs car la qualité de la communication téléphonique joue un rôle fondamental dans la valorisation de l'entreprise que vous représentez. Ainsi, l'image de marque de la société (tout comme celle que vous donnez de vous-même) réside dans votre façon d'accueillir, d'aider et conseiller le client. Il est donc indispensable de maîtriser la situation de communication en faisant preuve d'assurance et d'empathie. Que ce soit en émission ou réception d'appels, l'important est de rester convivial et professionnel.

Aussi, voici quelques règles de communication téléphonique :

Se présenter et s'exprimer agréablement. C'est une règle de base de la politesse. Pensez surtout à bien prononcer et articuler votre nom et celui de la société. Votre interlocuteur doit immédiatement vous situer et ne pas se trouver décontenancé. Tous au long de la conversation, restez disponible mentalement afin de capter chacune des réactions de votre client.

Tous les interlocuteurs sont importants, même au téléphone! Tous les interlocuteurs sont vos clients! Pour gagner en persuasion, n'hésitez pas à personnaliser la communication en appelant par exemple votre client par son nom si vous le connaissez (toujours en le vouvoyant). Il aura ainsi la sensation que vous êtes disponible pour lui seul.

Déterminer les besoins. Une communication réussie sera celle qui aura apporté les réponses que le client attend. Pour ce faire, vous devez apporter un soin particulier à évaluer les demandes de votre interlocuteur. Posez-lui des questions pour l'orienter et qu'il précise sa demande si besoin. Si sa demande ne peut être satisfaite dans l'immédiat proposez-lui le cas échéant de le transférer vers le service compétent. Le client doit ressentir la légitimité de cette proposition.

2. Mettez en bon ordre les thèmes du texte. Quelques thèmes ne sont pas discutés?

- 1) Le choix des interlocuteurs.
- 2) L'aide à la clientèle.
- 3) Transmission et valorisation d'une image de marque.
- 4) Se présenter agréablement.
- 5) Personnalisation dans la communication.
- 6) L'importance du téléphone dans la valorisation de l'entreprise.
- 7) L'usage du portable.

3. Vrai ou faux:

- 1) Pour communiquer au téléphone il faut s'adapter à ses interlocuteurs.

- 2) On sait valoriser l'image de marque de l'entreprise.
- 3) Le téléphone véhicule l'image de l'entreprise.
- 4) Il faut savoir se présenter et donner une image valorisante de soi et de l'entreprise.
- 5) Il faut aborder sans stress la communication téléphonique, donner une image chaleureuse et une meilleure qualité de service.
- 6) Tous les interlocuteurs sont importants.
- 7) Il faut déterminer les besoins de la clientèle et répondre aux demandes de manière pertinente.

4. Composez les propositions:

1) La voix et l'intonation	a) réside dans votre façon d'aider et conseiller le client.
2) L'image de marque de la société	b) jouent un rôle important lors d'une conversation téléphonique.
3) Il faut quotidiennement être évalué sur votre capacité	c) prononcer votre nom et celui de la société.
4) Vous devez bien	d) à répondre vite et bien aux attentes de vos interlocuteurs.
5) Pour gagner en persuasion	e) personnaliser la communication en appelant par exemple votre client par son nom.
6) Si le client ne peut être satisfait	f) proposez-lui le cas échéant de le transférer vers le service compétent.

5. Cochez les phrases qui indiquent la communication téléphonique:

- | | |
|-------------------------------------|-----------------------------------|
| 1. Je peux laisser un message? | 6. Je vais très bien. |
| 2. Appelez dans une heure. | 7. N'oubliez pas. |
| 3. Ne quittez pas, s'il vous plaît! | 8. M. Legran à l'appareil. |
| 4. Très bien, Madame. | 9. Vous êtes difficile à joindre. |
| 5. Dites-moi. | 10. Au plaisir. |

6. Que faites-vous avant l'appel et pendant l'appel:

- a) préparer l'appel;
- b) se présenter;
- c) préparer les informations nécessaires;
- d) prendre congé;
- e) reformuler les points importants;
- f) expliquer le motif de l'appel.

7. Lisez les dialogues:

Dialogue 1

- Entreprise Barraud, bonjour.
- Bonjour, Madame. Est-ce que je pourrais parler à Monsieur Barraud, s'il vous plaît.
- Monsieur Barraud est en réunion. Je peux prendre un message.
- Ah! Est-ce qu'il pourrait me rappeler alors.
- Oui. Vous êtes Monsieur ...

- Martinez. M.A.R.T.I.N.E.Z.
- Je vais prendre aussi votre numéro de téléphone, s'il vous plaît.
- Oui bien sûr, c'est le 05 46 50 12 94 (En France on prononce les numéros de téléphone deux par deux: Ex. 04 74 57 38 22 = zéro quatre, soixante-quatorze, cinquante-sept, trente-huit, vingt-deux).
- Je lui demande de vous rappeler. C'est tout?
- Oui. Dites-lui qu'il faut qu'il me rappelle avant demain.
- Très bien, Monsieur. Bonne journée!
- Merci. Au revoir.

Dialogue 2

- Bonjour. Pourrais-je parler à M. Dubois, s'il vous plaît?
- Bonjour, ne quittez pas, s'il vous plaît. Je vous mets en relation. Je suis désolée, sa ligne est occupée. Pouvez-vous rappeler plus tard?
- Non. Je ne peux pas. Je suis désolé.
- Pourriez-vous laisser un message?
- Oui, bien sûr. Dites-lui que j'ai été ravi de le rencontrer et que je reviendrai dès que possible.
- C'est entendu. Il sera ravi de l'entendre.
- Au revoir.

8. Choisissez une réponse correcte:

1. Monsieur Martinez voudrait parler à
 - a) M. Dubois
 - b) M. Barraud
2. Monsieur Barraud est
 - a) en réunion
 - b) absent
3. Monsieur Martinez voudrait laisser
 - a) un message
 - b) son numéro de téléphone
4. Monsieur Martinez pourrait rappeler
 - a) dans dix minutes
 - b) avant demain
5. Monsieur Martinez a le numéro de téléphone
 - a) zéro cinq, quarante-six, quinze, douze, quatre-vingt-treize
 - b) zéro cinq, quarante-six, cinquante, douze, quatre-vingt-quatorze

9. Parmi les mots donnés ci-dessous, trouvez les synonymes aux mots écrits en gras dans les propositions:

- Monsieur Barraud **est en réunion**.
- Je peux **noter** votre numéro de téléphone, s'il vous plaît.
- Je vous **passe**.
- Pouvez-vous **téléphoner** plus tard.
- Je **regrette**.

prendre ; être désolé ; rappeler ; mettre en relation ; être occupé

10. Faites correspondre:

1) Pour communiquer

1. C'est de la part de qui?	A. Не кладите трубку!
2. Vous vous êtes trompé de numéro!	Б. Говорит Мадам Дюбуа.
3. Je vous passe à ...	В. В данный момент господин Дюмар не может подойти.

4. Ici Madame Dubois.	Г. Я хотел бы поговорить с господином Дюраном.
5. Ne quittez pas, s'il vous plaît!	Д. Кто говорит?
6. M. Durand n'est pas là, ne pourriez-vous pas le rappeler dans une demi-heure?	Е. Господина Дюрана нет. Вы не могли бы перезвонить ему через полчаса?
7. Puis-je laisser un message?	Ж. Передаю трубку ...
8. Je voudrais parler à M. Durand, s'il vous plaît.	З. Вы не могли бы передать?
9. M. Dumart n'est pas disponible pour le moment.	И. Вы ошиблись номером!

2) Pour exprimer l'accord ou le désaccord

1. Vous avez raison.	А. Я согласен с Вами.
2. Ça nous arrange.	Б. Вы правы.
3. Ça nous convient.	В. Это нас устраивает.
4. Je suis d'accord avec vous.	Г. Мы принимаем Ваши условия.
5. Nous acceptons vos conditions.	Д. Это нам подходит.
6. C'est exclu.	Е. Это не так.
7. Vous avez tort.	Ж. Вы не правы.
8. Ce n'est pas comme ça.	З. Это исключено.
9. Nous ne pouvons pas satisfaire votre demande.	И. Мы не можем удовлетворить Вашу просьбу.
10. Je ne suis pas de votre avis.	К. Я не разделяю Вашего мнения.

11. Remettez dans l'ordre logique:

Dialogue 1

1. C'est de la part de qui?
2. Je regrette, Madame, M. Dutemps n'est pas là, il est en conférence, ne pourriez-vous pas le rappeler dans une demi-heure?
3. Bonjour, Société «Favaud»?
4. Merci, Mademoiselle, je le rappellerai dans une demi-heure.
5. Ici Madame Terrier.
6. Oui, c'est la Société «Favaud», je vous écoute.
7. Je voudrais parler à M. Dutemps.

Dialogue 2

1. Bonjour, je voudrais parler à M. Legrand.
2. Est-ce que je peux lui laisser un message?
3. J'aimerais lui présenter nos nouvelles marchandises.
4. Claude Boissy, de la société Contib.
5. Jeudi ou vendredi?
6. Parfaitement.
7. C'est de la part de qui?
8. Oui, je vous écoute.
9. Bonjour, il est en réunion.
10. Quand voulez-vous le voir?
11. C'est noté. Au revoir, Monsieur.

12. Jeudi il n'est pas libre. Vendredi à 14 heures, ça vous va?

12. Choisissez les équivalents russes:

1. Société Montblanc, bonjour.	А. Назовите, пожалуйста, Ваш клиентский номер.
2. Bonjour, j'ai téléphoné plusieurs fois, mais la ligne était toujours occupée.	Б. Приносим свои извинения, но у нас очень много звонков сейчас, я Вас слушаю.
3. Nous vous demandons pardon, mais nous avons un grand nombre d'appels, je vous écoute.	В. В таком случае не могли бы Вы добавить к моему заказу еще 5 коробок шоколадных конфет?
4. Je voudrais savoir si ma commande est déjà partie ?	Г. Вы мадам Мерсье?
5. Dîtes-moi, s'il vous plaît, votre numéro de client.	Д. Нет, Ваш заказ еще не отправлен.
6. C'est le 004368.	Е. Спасибо большое, до свидания.
7. Vous êtes Mme Mercier?	Ж. Пожалуйста. До свидания.
8. Oui, c'est ça.	З. Общество «Монблан», здравствуйте!
9. Non, votre commande n'est pas encore expédiée.	И. Я хотела бы узнать, мой заказ уже отправлен?
10. Bon, dans ce cas, ne pourriez-vous pas ajouter à ma commande encore 5 boîtes de chocolats.	К. Здравствуйте, я Вам звонила несколько раз, но все время было занято.
11. Bien, c'est noté.	Л. Да, это так.
12. Merci beaucoup, au revoir.	М. Это номер 004368.
13. Je vous en prie. Au revoir.	Н. Хорошо, записано.

13. Rétablissez le bon ordre dans les dialogues et notez les mots-clés dans les tableaux:

Pour prendre rendez-vous

A. Bonjour, madame. J'ai reçu un e-mail en réponse à ma candidature pour un poste dans votre bureau et on me demande de vous contacter pour un rendez-vous.

B. Ne quittez pas, s'il vous plaît. Je vous mets en communication avec le responsable du personnel, madame Hervé.

C. Bonjour, madame. Je voudrais prendre rendez-vous pour un poste dans votre bureau.

D. Allô, madame Hervé, j'écoute.

E. Pouvez-vous m'indiquer votre nom, s'il vous plaît?

F. Florence Tauzin.

G. Vous pouvez venir demain matin à 10 heures, ça vous convient?

H. Oui, tout à fait. Je suis libre.

I. Le plus tôt possible.

J. Très bien. Demain matin, mardi, à 10 heures.

K. Entendu. Au revoir, madame.

L. Oui, mademoiselle. Quand voulez-vous venir?

J'ai reçu un e-mail en réponse à ma candidature pour un poste dans votre	Я получила по электронной почте ответ по поводу моей кандидатуры для
--	--

bureau.	трудоустройства на вашем предприятии.
On me demande de vous contacter pour un rendez-vous.	Меня просят связаться с вами, чтобы договориться о встрече.
	Не могли бы Вы мне сказать вашу фамилию?
	Я Вас соединяю с начальником отдела кадров.
	Я хотела бы договориться о встрече по поводу трудоустройства на вашем предприятии.
	Когда Вы хотите прийти?
	Как можно скорее.
	Вы можете прийти завтра утром?
	Это Вам подходит?
	Да, конечно. Я свободна.
	Ваша фамилия, пожалуйста?

Pour modifier un rendez-vous

A. Bonjour, monsieur, Claire Dupont à l'appareil, la secrétaire de monsieur Vallet.

B. Pas de problème. Ce serait quand?

C. Ah, vendredi 4, désolé, mais je suis pris. Je préférerais lundi 7 à 14 heures. Est-ce que ça vous va?

D. Je vous remercie, monsieur Delay. Et puis, excusez-nous encore. Au revoir, monsieur.

E. Très bien, c'est noté pour le 7 à 10 heures.

F. Je vous appelle au sujet de votre rendez-vous avec monsieur Vallet, jeudi 3 à 10 heures. Malheureusement, il ne pourra pas vous recevoir comme prévu. Il vous prie de l'excuser et vous demande de reporter son rendez-vous.

G. Attendez, est-ce que vendredi 4 à la même heure vous conviendrait?

H. Oui, bonjour, madame.

I. Non, monsieur Vallet est en déplacement à l'extérieur à cette heure-là. Est-ce qu'il est possible de décaler votre rendez-vous le même jour vers 10 heures ?

Je vous appelle au sujet de votre rendez-vous avec monsieur X.	Я Вам звоню по поводу Вашей встречи с месье X.
	К сожалению, он не сможет Вас принять, как это было оговорено ранее.
	Он просит его извинить и перенести встречу.
	Никаких проблем.
	На какое время?
	Подождите.
	Сожалею, но я занят.
	Я предпочел бы...
	В это время он в отъезде.
	Возможно ли перенести вашу встречу на 10 часов этого же дня?

	Я Вас благодарю.
	Извините нас еще раз.

Pour annuler un rendez-vous

- A. Bonjour, madame. C'est Claude Cadet. J'ai fixé le rendez-vous avec monsieur Dénarnaud pour mercredi 5.
- B. Je vous rappellerai très bientôt pour reprendre rendez-vous. Merci beaucoup.
- C. Un instant, s'il vous plaît... Tout à fait.
- D. Merci. C'est bien gentil de nous prévenir. Quand vous voulez venir?
- E. Je suis désolé, mais je vais être obligé d'annuler le rendez-vous.

J'ai fixé le rendez-vous.	Я договорился о встрече.
	Сожалею, но я вынужден отменить встречу.
	Я Вам перезвоню, чтобы поговорить о новой встрече.

14. Lisez le texte:

Les ventes importantes donnent souvent lieu à des pourparlers en vue de conclure un contrat de vente-achat qui est un écrit par lequel une personne appelée «vendeur» s'engage à transférer la propriété d'une chose à une autre personne appelée «acheteur» qui à son tour s'engage à l'accepter et à la payer.

La plupart des ventes commerciales est effectuée à la base des contrats-types. Quand les conditions générales de livraison sont normalisées, les parties n'ont qu'à discuter les éléments importants: qualité, quantité, prix, délai de livraison, emballage et autres.

Le contrat doit avoir les mentions obligatoires:

- Dénomination: Contrat;
- Lieu et date de la conclusion;
- La désignation des Parties avec leurs sièges sociaux.

L'exécution des commandes donnent souvent lieu aux réclamations de la part des clients. Elles peuvent avoir comme objet:

- La marchandise (défaut de qualité ou qualité non conforme à la commande);
- La livraison (retard, emballage défectueux, casse, manque, perte);
- Le prix et le paiement (erreur de facture, omission d'une remise).

Les réclamations doivent être faites par écrit et dans les délais déterminés.

15. Remplissez les points par les mots du texte:

1. Les parties ... la qualité, la quantité, le prix, les délais de livraison.
2. Les contrats-... sont la base de la plupart des ventes.
3. On fait les ... par écrit.
4. La qualité non ... à la commande peut être objet de la réclamation.
5. Les réclamations doivent être faites dans les ... déterminés.

1. Lisez le texte:

Correspondance d'affaires

La correspondance d'affaires obéit à des règles particulières, plus formelles que celles qui régissent la correspondance ordinaire.

Il y a les lois générales de cette correspondance qui sont la rapidité, l'exactitude et la prudence.

Le maximum de service dans le minimum de temps, telle est la formule qui s'impose à toute correspondance d'affaires et de caractère commercial, en particulier.

La concurrence économique et industrielle exige de chacun un effort croissant pour lutter de vitesse. Cet effort ne s'exerce pas seulement au stage de la production, mais il doit également être assuré à celui de distribution.

Le télégraphe, le téléphone, les différentes machines de bureau (à écrire, à calculer, etc), le téléimprimeur, le dictophone et les plus récentes inventions sont tous nés du même besoin: gagner du temps, aller plus vite que le rival, arriver le premier.

Nous ne parlons pas ici de la rapidité mécanique avec laquelle la lettre est expédiée, mais la façon même dont elle est conçue et rédigée. Elle doit contenir tout l'essentiel. Chaque alinéa, chaque phrase, chaque mot doit apporter sa pierre à l'édifice et justifier sa présence.

L'exactitude est la seconde loi, non moins essentielle. Elle enjoint au correspondancier de ne jamais rien écrire d'inexact ni même d'imprécis.

Un attachement rigoureux à la vérité est une nécessité absolue: la moindre inexactitude entraîne des corrections, des réclamations, des retards, peut faire manquer une affaire et même éloigner un client. A notre époque, où les nouvelles marchent si vite, perdre la confiance d'un seul client, c'est s'exposer à perdre toute une clientèle.

Un autre aspect de l'exactitude est la précision. Il faut non seulement dire la vérité, mais encore la serrer d'aussi près que possible.

La troisième loi de la correspondance d'affaires est la prudence. C'est une loi dont on reconnaît moins volontiers la nécessité, c'est celle qui défend de faire le jeu de l'adversaire, qui cet adversaire soit: le concurrent, le correspondant même, le client ou le fournisseur.

Le bon correspondancier ne se contentera donc pas de se mettre au courant de la partie technique, mais il étudiera à fond le côté juridique des questions qu'il aura à traiter. On n'a pas toujours affaire à des gens d'une honnêteté scrupuleuse. Le correspondancier doit en toute occasion faire preuve de bon sens et de tact. Il doit se mettre et se tenir au courant des habitudes de la Maison, étudier soigneusement le dossier d'affaire au sujet de laquelle il écrit, se rendre un compte exact et de la position de la Maison et de celle de la personne à laquelle il s'adresse.

Vocabulaire

adversaire *m*

apporter sa pierre à l'édifice

attachement *m* à qch

clientèle *f*

concevoir

confiance *f*

correspondance *f* d'affaires

– соперник

– вносить свой вклад в дело

– склонность к чему-либо

– клиентура

– задумывать

– доверие

– деловая корреспонденция

correspondancier <i>m</i>	– корреспондент, ведающий корреспонденцией
côté <i>m</i> juridique	– юридическая сторона
défendre	– запрещать
effort <i>m</i>	– усилие
essentiel <i>m</i>	– сущность, главное
exactitude <i>f</i>	– точность
expédier	– отсылать, отправлять
faire le jeu de qn	– водить за нос кого-либо
faire preuve de qch	– предоставить доказательства чего-либо
fournisseur <i>m</i>	– поставщик
gagner du temps	– выиграть время
habitude <i>f</i>	– привычка, навык
imprécis	– неточный
Maison <i>f</i>	– фирма, компания, (торговый) дом
prudence <i>f</i>	– осторожность, предусмотрительность
qui cet adversaire soit	– кто бы этот соперник ни был
rapidité <i>f</i>	– скорость, быстрота
régir	– определять
s'adresser à qn	– обращаться к кому-либо
s'exercer	– исполняться, вестись, осуществляться
s'imposer à qch	– относиться к чему-либо
se contenter de qch	– удовлетворяться чем-либо
se rendre un compte de qch	– отдавать себе отчет в чем-либо
stage <i>m</i>	– стадия, этап

2. Répondez aux questions d'après le texte:

1. À quelles règles obéit la correspondance d'affaires?
2. Quelles sont les lois générales de la correspondance d'affaires?
3. Qu'est-ce que la rapidité de la correspondance d'affaires?
4. Comment comprenez-vous la rapidité dans la correspondance?
5. Qu'est-ce que la prudence de la correspondance d'affaires?
6. Qu'est-ce que l'exactitude dans la correspondance?
7. Quelle est la formule qui s'impose à toute correspondance d'affaires et de caractère commercial?
8. Qu'est-ce que la concurrence économique et industrielle exige de chacun?
9. Quelles sont les machines de bureau?
10. De quel besoin sont nées les inventions récentes?
11. Qu'est-ce qui est une nécessité absolue dans la correspondance d'affaires?
12. Qu'est-ce que le correspondancier doit faire en toute occasion?

3. Traduisez les phrases suivantes:

1. Il est essentiel de soigner la présentation de la lettre de commerce.
2. Une lettre souillée de bavures, de ratures, mal équilibrée indique une incurie, une négligence des détails.
3. Pour les communications très courtes on emploie quelquefois la carte-lettre, mais il est préférable de ne l'employer que pour les notes peu importantes.
4. La carte postale a l'avantage d'être économique et l'inconvénient d'être livrée à toutes les indiscretions. On n'en fera donc qu'un usage très prudent.

5. Il est indispensable de dater complètement toute lettre d'affaires ou de commerce.

6. On écrit en majuscules la première lettre, du nom, du mois dans la date, mais non dans le corps de la lettre.

7. On laisse d'ordinaire une marge d'un peu plus du cinquième de la largeur de la page.

8. Une marge étroite est incommode pour le correspondant qui a besoin d'espace pour ses annotations.

4. Traduisez le texte:

FONCTIONNEMENT D'UN SERVICE DE CORRESPONDANCE

Le courrier est remis à la personne chargée de sa réception et de son enregistrement. Celle-ci ouvre elle-même toutes les lettres et en prend connaissance rapidement.

Au fur et à mesure qu'elle les décachette, elle inscrit sur le registre (ou répertoire) de correspondance:

1. Le nom du correspondant;
2. La date d'envoi de la lettre indiquée par le correspondant;
3. La mention des pièces jointes, s'il y a lieu;
4. En quelques mots l'objet de la lettre.

Elle s'assure que toutes les pièces indiquées comme jointes se trouvent dans l'enveloppe et met à part tous les papiers de valeur, tels que chèques, traites, lettres de change ou contrats.

Un employé appose sur la lettre ou le document, autant que possible au-dessous de la date d'envoi, c'est-à-dire en haut et à droite, un timbre indiquant la date d'arrivée, en général sous la forme suivante:

Reçu le <u>19 – VI – 25</u>
Répondu le _____

Certaines Maisons trouvent avantage à employer un horodateur (устройство для проставления даты и времени на документах), qui précise l'heure même de l'arrivée.

Le courrier est ensuite trié (корреспонденцию / почту затем сортируют) et remis au chef d'entreprise. Celui-ci se réserve de répondre lui-même à toutes les lettres importantes, et donne ses instructions pour que le courrier courant soit remis, pour étude et réponse, aux services compétents de l'entreprise.

5. Remplacez les points par les articles convenables:

1. Il y a ... lois générales en ce qui concerne ... correspondance d'affaires.
2. C'est ... lettre. ... lettre est très longue.
3. ... phrases d ... lettre d'affaires doivent être courtes, ... mots doivent être le plus possible exacts.
4. ... lettre de recommandation (ou d'introduction) concerne ... demande faite à ... ami, ... correspondant ou ... représentant de recevoir aimablement ... porteur de ... lettre.

5. Nous vous remercions de ... offre. Vous vous êtes certainement exagéré ... valeur de ... marchandise.

6. En reponce à ... lettre du 15 courant, nous vous informons avec ... plaisir que nous avons reçu ... marchandises envoyées par vous.

6. Mettez au passé composé et au futur simple les phrases suivantes:

1. Je fais mes adieux à mes amis.
2. Je m'empresse de vous raconter cette aventure.
3. On me laisse passer.
4. Les douaniers font la visite des bagages des voyageurs.
5. Je fais des promenades sur les rues de Minsk.
6. Je loue une chambre dans le Quartier Latin.
7. Nous arrivons à la frontière française.
8. J'envoie mes lettres à mes correspondants.
9. Nous trions le courrier chaque jour.
10. On écrit le nom du correspondant sur l'enveloppe.

7. Ecrivez au féminin les adjectifs suivants:

Masculin	Féminin
un bon voyage	une ... impression
un nouveau correspondant	une ... correspondance d'affaires
un jeune écrivain	une ... étudiante
le confort moderne	la maison ...
le beau quai	la ... rivière
le bain chaud	l'eau ...
les boulevards courts	les rues ...

8. Traduisez les phrases suivantes:

1. Существуют общие принципы деловой переписки.
2. Основной принцип деловой переписки состоит в оказании максимальных услуг в минимально короткое время.
3. Наиболее известными офисными аппаратами являются телефон, факс, принтеры и компьютеры.
4. Здесь мы не говорим о механической скорости, с которой отправляется письмо.
5. Каждая фраза, каждое слово должны быть точными.
6. Каждый день мы сортируем почту.
7. Вторым законом деловой переписки является точность.
8. Важным фактором деловой переписки является осторожность.
9. Некоторые фирмы используют устройство для проставления даты и времени.
10. Текущую почту сортируют и передают руководителю предприятия.

9. Lisez le texte:

Conseils pour écrire une lettre d'affaires

La lettre est un prolongement de la personnalité, la mesure de la culture et du goût.

Il semble qu'on écrive de moins en moins. On télégraphie, on téléphone surtout. On arrive en automobile ou en avion plus vite que la poste. La lettre se meurt. Mais la lettre, cependant, n'est pas encore morte. Il y a beaucoup de circonstances où il nous est indispensable de savoir écrire. Il faut remercier, compatir, féliciter, offrir des vœus, des services, établir des contacts commerciaux, etc.

Il reste les lettres les plus difficiles à rédiger, celles où la fantasia n'a plus de place, où il faut peser chaque mot et suivre rigoureusement les règles de la correction et de la courtoisie.

Ci-dessous on vous donne quelques conseils à suivre pour écrire une lettre d'une manière correcte et courtoise.

Le papier à lettre. Il faut employer un papier blanc, ou légèrement teinté, portant votre adresse, votre numéro de téléphone. Le format doit être non plié, timbré en haut et à droite. Il doit être ni trop grand, ni trop petit. Le format dit «commercial» est actuellement le plus employé.

La disposition matérielle de la lettre: la marge. Une marge spacieuse donne à la lettre un «ton» de soin et de respect. Une marge trop étroite rend la lecture de chaque ligne plus pénible. Une marge d'un centimètre et demi est une bonne moyenne. Si vous ajoutez plusieurs feuilles, il sera bon de les numéroter.

La ponctuation. On trouvera dans toutes les bonnes grammaires les règles de la ponctuation. Il faut toujours veiller à ce que la ponctuation soit correcte. Une lettre bien ponctuée est plus facile à lire, et une virgule mal placée peut mener à un malentendu.

Les abréviations. «Monsieur», «Madame», «Mademoiselle» et leurs pluriels s'écrivent en abrégés (M., Mme, Mlle, MM., Mmes, Milles) devant un nom propre. Il faut éviter toutes les abréviations peu usuelles.

Les adresses. Il est d'usage de faire graver son numéro de téléphone en haut et à gauche sur la première page de la lettre, en haut et à droite, de préférence, sur la feuille non pliée. Il faut toujours rappeler son adresse sur sa lettre, même lorsqu'on écrit aux amis les plus intimes.

La date. N'omettez jamais de dater vos lettres, soit au commencement, soit à la fin. La date au commencement est préférable pour lettres d'affaires. Il vaut mieux indiquer le mois par son nom que par un chiffre.

L'en-tête et la salutation finale. Dès le premier mot, vous risquez le faire une faute, et d'être mal jugé. Quant à la formule de politesse qui précède la signature, c'est pour beaucoup de gens la partie la plus difficile de la lettre. Dans la correspondance d'affaires, usuellement, on commence la lettre par: «Monsieur» ou «Cher Monsieur» et on la finit par: «Recevez, Monsieur, l'assurance de mes sentiments distingués».

La signature. Il est pratique, dans la vie moderne, d'avoir une signature très lisible, qui permette à votre correspondant d'abord d'épeler votre nom, puis de l'écrire sans l'écarter.

Vocabulaire

abrégé <i>m</i>	– слово в сокращенном виде
abréviation <i>f</i>	– сокращение
écarter	– сбиться, коверкать
en-tête <i>m</i>	– заголовок
épeler	– читать по слогам, произносить по буквам
établir des contacts commerciaux	– устанавливать торговые связи
féliciter	– поздравлять
goût <i>m</i>	– вкус

lettre <i>f</i> d'affaire	– деловое письмо
lettre <i>f</i> timbrée	– письмо с маркой
ligne <i>f</i>	– строка
lisible	– легко читаемый
marge <i>f</i>	– поле (письма)
numéroter	– нумеровать
offrir des vœus	– передавать поздравления
omettre	– опускать, пропускать
papier <i>m</i> à lettre	– бумага для писем
peser chaque mot	– взвешивать каждое слово
plier	– изгибать, складывать пополам
politesse <i>f</i>	– вежливость
savoir écrire	– уметь писать
signature <i>f</i>	– подпись
spacieux, -se	– просторный
usuellement	– обычно

10. Répondez aux questions suivantes d'après le texte:

1. Quel conseil pour écrire une lettre d'affaires trouvez-vous comme le plus important?
2. Dans quels cas préfère-t-on écrire des lettres?
3. Qu'est-ce qu'on écrit sur le papier à lettre?
4. Quelles sont les exigences de la ponctuation d'une lettre d'affaires?
5. Quelles abréviations faut-il éviter dans les lettres d'affaires?
6. Où écrit-on les adresses dans les lettres?
7. Pourquoi dit-on que la lettre est un prolongement de la personnalité?
8. Quelle est la disposition matérielle de la lettre?

11. Traduisez les phrases en français:

1. Существует несколько обязательных правил написания деловых писем.
2. Бумага для делового письма должна быть хорошей.
3. Дату необходимо указывать в начале делового письма.
4. Подпись в конце письма должна быть разборчивой.
5. Необходимо указывать в деловом письме номер телефона.
6. Письмо является продолжением личности, мерилom ее культуры и вкуса.

Comment présenter une lettre commerciale

Agence Martiale (1)
S.A.R.L.¹ au capital 100 000€
64, Avenue Foch, Paris CEDEX 001
Tél. 42 14 03 21

(6) Société Mory (2)
21, rue Gambetta
20031 Marseille, Cedex

V/Réf:(3)
N/Réf : MD/xl 196
Objet : envoi d'un devis (4)

(5) Paris le 5 juin 2000

Messieurs

Nous avons l'honneur de vous assurer réception de la commande que vous avez eu la bonté de nous envoyer.

Veuillez trouver ci-joint notre devis pour le transbordement de votre cargaison.

Nous sommes prêts à exécuter vos ordres mais nous vous conseillons de signer la police d'assurance contre toutes les avaries soit grosses, soit simples.

Dans l'attente de votre décision, je vous prie d'agréer, Messieurs, mes salutations distinguées. (7)

(8) Le Directeur M. Perrin

P.J. : (9)
Devis de transbordement

¹ S.A.R.L. – Société à responsabilité limitée.

(1) L'en-tête (заголовок) contient nom, raison sociale, adresse, numéro de téléphone de l'expéditeur. Pour les sociétés il faut indiquer la forme juridique et le montant du capital pour les S.A. (Société anonyme), les S.A.R.L.

(2) Le nom et l'adresse du destinataire.

(3) V/Réf – référence de la lettre reçue précédemment.

N/Réf – référence de la lettre qu'on écrit.

(4) Objet – indication très brève du motif de la lettre.

(5) Lieu et date de création de la lettre sera importante en cas de contestation. Il faut écrire le mois en lettres.

(6) Titre du (des) destinataire(s).

(7) Corps de la lettre. Il comprend:

- l'introduction;
- le développement ;
- la conclusion et la formule de politesse.

(8) La signature manuscrite de l'auteur de la lettre, précédée de sa fonction.

(9) P.J. (pièces jointes). – Cette mention est ajoutée lorsqu'un ou plusieurs documents sont joints à la lettre à l'intérieur de l'enveloppe. Il faut indiquer leur nombre et leur nature.

Formules d'introduction et de la conclusion de la lettre

- Comment commencez-vous la lettre si vous devez accuser la réception?

Pour accuser réception

Для подтверждения получения:

Nous avons l'honneur (le plaisir) de vous accuser réception de votre lettre du ...	Имеем честь (удовольствие) подтвердить получение вашего письма от ...
Nous avons bien reçu votre lettre / honorée / estimée du ...	Мы получили ваше письмо от ...
Nous venons de recevoir ...	Мы только что получили ...
En possession de votre honorée du ... nous ...	Получив ваше письмо от ..., мы ...
Nous sommes en possession de ...	Мы получили ...
Nous possédons votre lettre du ...	Мы получили ваше письмо от ...
Nous avons reçu en son temps votre ...	Мы своевременно получили ваше ...
Nous vous accusons réception de votre honorée ...	Имеем честь подтвердить получение вашего письма ...

Pour répondre

Для ответов:

En réponse à votre lettre ...	В ответ на ваше письмо ...
En réponse à vos offres ...	В ответ на ваше предложение (офферты) ...
Répondant à votre honorée (estimée) ...	Отвечая на ваше уважаемое ...
Nous conformant à votre dernière, nous vous retournons ...	В соответствии с вашим последним письмом, мы Вам возвращаем ...
Au reçu de votre lettre du ... nous nous empressons de vous adresser ...	По получении вашего письма от ... мы спешим адресовать Вам ...
Nous avons l'honneur de répondre à votre lettre du ...	Имеем честь ответить на ваше письмо от ...

Référence à des lettres antérieures

Ссылка на предыдущие письма:

Faisant suite à notre lettre du ...	В развитие нашего письма от ...
Revenant sur notre entretien (nos pourparlers) du ...	Возвращаясь к нашей беседе (нашим переговорам) от ...
Nous vous rappelons notre circulaire du ...	Мы напоминаем Вам наш (о нашем) циркуляр от ...
Comme suite à notre entretien (à nos pourparlers) de lundi dernier ...	В развитие нашей беседы (наших переговоров), имевшей место в прошлый понедельник ...

Pour annoncer une nouvelle ou pour demander un renseignement, un envoi

Сообщение новостей или просьба о сообщении сведений, о посылке:

Nous vous prions de nous envoyer ...	Просим послать нам ...
Veillez nous faire connaître ...	Соблаговолите сообщить нам ...
Nous avons l'honneur de vous annoncer ...	Имеем честь объявить (сообщить) Вам ...
Nous avons l'avantage de vous informer ...	Имеем удовольствие (<i>буквально</i> : выгоду, – в тех случаях, когда это может представлять выгоду или удовольствие для корреспондента, а не для нас) поставить Вас в известность (информировать Вас) ...
Nous tenons à vous faire part ...	Мы считаем необходимым сообщить Вам ...
Veillez avoir l'obligeance de nous adresser ...	Возьмите на себя труд (будьте любезны) адресовать нам (послать нам) ...
Veillez adresser pour notre compte ...	Соблаговолите адресовать (послать) на наш счет ...
Ci-joint nous vous envoyons ...	При сем препровождаем ...
Nous avons l'avantage de vous donner avis de l'expédition ...	Имеем удовольствие авизовать (<i>буквально</i> : дать авизо) Вам отгрузку ...
Veillez adresser de suite ...	Соблаговолите послать немедленно ...
Veillez des réceptions de la présente nous faire parvenir ...	Соблаговолите переслать нам немедленно по получении настоящего письма ...
Nous vous prions de bien vouloir nous envoyer ...	Просим соблаговолить послать нам ...

Примечание: Слово «соблаговолить» не имеет по-французски того устарелого и специфического оттенка, как в русском языке.

Formules de politesse pour conclure la lettre

Ils peuvent varier à l'infini, on présente ici les plus répandues.

- Comment terminer votre lettre pour dire:

que vous attendez de qch

что вы ожидаете чего-либо:

Dans l'attente de votre lettre ...	В ожидании вашего письма ...
Nous restons dans l'attente de votre honnée ...	В ожидании вашего письма ...
Dans l'attente de vous lire par retour du courrier ...	В ожидании вашего письма обратной почтой ...

que vous regrettez qch

что вы сожалеете о чем-либо:

Nous avons du regret de ne pas avoir faire ...	Мы сожалеем, что не сделали ...
--	---------------------------------

Avec le regret de ne pas pouvoir vous répondre favorablement ...	Сожалеем, что не можем ответить положительно ...
--	--

que vous confirmez une commande annoncée par téléphone et souhaitez qch
что вы подтверждаете заказ, сделанный по телефону, и желаете:

Suite à notre entretien téléphonique du 5 mars, nous avons le plaisir de ...	В продолжение нашего телефонного разговора от 5 марта мы имеем удовольствие ...
--	---

que vous remerciez
что вы благодарите:

Nous vous remercions d'avoir bien voulu recevoir ...	Мы благодарим вас за то, что отправили ...
--	--

que vous vous excusez
что вы просите извинения:

Nous vous prions d'excuser ...	Просим вас извинить нас ...
Veuillez nous excuser pour le retardement de l'envoi ...	Мы вас просим извинить нас за задержку отправления ...

Si vous écrivez à un client avec lequel on a des relations régulières et chaleureuses

Если вы пишете клиенту, с которым у вас сложились постоянные и дружеские отношения, то заканчивайте письмо словами:

Bien cordialement ...	С наилучшими пожеланиями ...
-----------------------	------------------------------

Si vous écrivez à un supérieur
Если вы пишете начальнику, директору:

Veuillez agréer, Monsieur, l'expression de nos meilleures salutations ...	Примите наши наилучшие пожелания ...
Je vous prie d'agréer, Monsieur le Directeur, l'expression de nos sentiments respectueux ...	Примите, господин директор, выражение глубокого уважения ...

Si vous écrivez à un client qui vient de passer une importante commande
Если вы пишете письмо клиенту, который только что сделал важный заказ:

Je vous prie d'agréer, Monsieur, l'expression de nos sentiments très dévoués ...	Примите наилучшие пожелания и признательность за ...
Veuillez accepter les salutations distinguées ...	

Les formules usuelles employées le plus fréquemment dans une lettre d'affaires

pour débiter la lettre

чтобы начать письмо:

Tout d'abord (en premier lieu) nous vous enverrons 1 exemplaire ...

pour continuer la lettre

чтобы продолжить письмо:

Puis, ensuite, par la suite. *Par la suite* de notre entretien téléphonique ...

pour terminer la lettre

чтобы закончить письмо :

Enfin (en dernier lieu) nous vous proposons conclure le contrat ...

pour annoncer une conclusion

чтобы подытожить письмо:

En conclusion (finalement) il nous n'est pas possible de faire la remise ...

pour ajouter qch

чтобы добавить:

De plus, en outre, aussi, également. Veuillez *également* noter que ...

pour présenter une conséquence

чтобы выразить последовательность:

En conséquence, donc, par conséquent, alors, aussi (avec inversion du sujet).
Aussi espérons-nous que vous nous enverrez vos conditions à propos de votre commande.

pour indiquer la suite donnée

чтобы указать на продолжение:

À la suite de, comme suite à. *Comme suite à* votre lettre ...

pour opposer des faits, des idées

чтобы противопоставить факты:

En revanche, or, par contre, au contraire, cependant, alors que. *En revanche*, nous vous proposons remplacer cet équipement.

rectifier qch

уточнить, поправить что-либо:

En fait, en réalité. *En réalité*, on n'a pas livré ces machines.

Textes

UNE VARIETE DE LETTRES COMMERCIALES

1

Compagnies Thomson
société anonyme au capital 200 000 €
40, rue Cluny, Paris 16^e
Tél. 24.10.07.17

Paris, le 5 mars
Société Mory
21, rue Gambetta

Objet : Produits informatiques.

Messieurs,

Nous vous remercions de votre désir d'entrer en relations d'affaires avec notre compagnie. Sous ce pli nous vous envoyons la liste des prix pour l'équipement que vous intéresse et nos catalogues sur les produits informatiques.

Veuillez agréer, Messieurs, nos salutations distinguées.

Le directeur commercial
M. Brandt

2

Société Dorval et Fils
Société anonyme au capital 50 000 €
12, rue de la Paix, Dijon
Tél. 36. 14. 40.

Dijon, le 3 juin
Société Duplomb
10, rue d'Amboise
Lyon

Objet : Envoi d'un devis

Messieurs,

Nous avons l'honneur de vous accuser réception de la commande que vous avez eu la bonté de nous envoyer. Veuillez trouver ci-joint notre devis pour la construction de la machine en question. Dans l'attente de votre réponse favorable nous vous présentons, Messieurs, nos salutations distinguées

Société Dorval et Fils

Réponse à la lettre 2
Société Duplomb
10, rue d'Amboise
Lyon

Lyon, le 10 juin

Messieurs,

Nous sommes en possession de votre lettre du 3 cr^t 1 Nous remettons votre devis à notre service technique et nous vous informerons de notre décision dès qu'elle sera prise.

Veuillez agréer, Messieurs, nos salutations distinguées.

Le directeur
(signature)

Banque de France
10, rue de la Faisanderie.
75009 Paris.

Tél. 527. 25. 82
Société « Tourneto »
26, boulevard
Diderot
75016 Paris
Paris, le 12 mars.

Messieurs,

Nous avons bien reçu votre lettre du 6 courant dans laquelle vous nous demandez l'ouverture du crédit en faveur de votre entreprise. Il nous est malheureusement impossible d'accéder à votre demande, car en ce moment, nous avons besoin de tous nos capitaux disponibles. Dès que nous serons en mesure de le faire, nous vous adresserons nos offres de service. Avec tous nos regrets, nous vous prions d'agréer, Messieurs, l'expression de nos sentiments dévoués.

Banque de France
(signature)

COMMENTAIRES

1. **crt (courant)** – текущего месяца (le 5 crt)

écoulé – прошлого месяца (le 5 écoulé)

2. **annoncer** – объявлять, возвещать.

Во французском коммерческом языке для сообщения информации употребляется ряд синонимических глаголов: *informer, signaler, indiquer, faire savoir, faire connaître, communiquer*.

3. **Nous vous demandons donc de *ne pas manquer de vérifier le bon état de notre envoi***. – Просим вас обязательно проверить состояние нашей посылки.

ne pas manquer de – со следующим за ним глаголом в неопределенной форме переводится как *не преминуть, обязательно сделать что-либо*.

Глагол ***manquer*** в утвердительной форме имеет отрицательный оттенок:

a) *manquer de faire qch* – едва не, чуть не сделать что-либо:

Il a manqué de tomber. – Он чуть было не упал.

b) *manquer de qch* – испытывать недостаток:

Nous manquerons d'expérience. – Нам не хватит опыта.

c) *manquer qch* – пропустить, упустить:

Elle a manqué le cours. – Она пропустила лекцию.

d) *manquer à qch* – нарушать, не выполнять:

Cette société ne manque pas à ses engagements. – Эта фирма не выполняет своих обязательств.

4. **le destinataire ... est tenu de ...** – получатель обязан ...

Оборот ***être tenu de*** с инфинитивом выражает обязательство сделать что-либо в соответствии с законом, документом. Обязательство во французском языке может быть выражено следующими глаголами:

avoir à faire qch ; devoir faire qch ; il (me, te) faut faire qch ; se voir obligé de faire qch ; s'engager à faire qch.

5 ***Cette pièce est à joindre***. – Этот документ надо приложить.

être à + infinitif – указывает на цель, на необходимость.

Tout est à refaire – Все необходимо переделать.

Vocabulaire

accuser réception

– подтвердить получение

affaire *f* acceptable

– приемлемое дело

cas *m* échéant

– при необходимости

constat *m* établi

– составленный протокол

devis *m*

– смета

dommage *m*

– ущерб, повреждение

en faveur de

– в пользу кого-то

faire tous les efforts

– сделать все возможное

il nous est impossible

– мы не можем, для нас невозможно

lettre *f* de transport

– отгрузочный, транспортный документ

machine *f* en question

– машина, о которой идет речь

nous avons couvert

– зд. мы оплатили

nous avons couvert par assurance

– мы застраховали

nous avons l'avantage de

– имеем удовольствие ...

porteur *m*

– держатель, предъявитель

S.A. (société anonyme)

– акционерное общество

sous ce pli (*syn* ci-joint)
traiter la question

– при сем, при этом
– обсуждать вопрос

EXERCICES

1. Indiquez comment vous formulez l'objet de la lettre commerciale pour les situations suivantes:

1. Vous devez envoyer les copies de pièces d'embarquement.
2. Il vous faut accuser réception de la commande.
3. Vous devez donner l'information de la décision dès qu'elle sera prise.
4. Vous envoyez le catalogue en référé à la lettre du 28 écoulé.
5. Vous êtes en possession du transfert pour un montant de 15 000 euros.
6. Vous avez examiné la liste des prix, qu'on vous a envoyé.
7. Vous écrivez pour demander un prix moins élevé.
8. Vous invitez quelqu'un pour traiter ensemble des problèmes.

2. Comment commencez-vous votre lettre pour:

- 1) dire que vous avez l'intention inviter quelqu'un à votre entreprise;
- 2) répondre aux offres;
- 3) faire références à des lettres antérieures;
- 4) demander un renseignement, un envoi;
- 5) accuser la réception d'un ordre.

3. Remplacez les points par les mots convenables:

tenons, attachons, facilitons, rendons, informons, prions, serions

1. A cette occasion nous _____ à vous faire savoir.
2. Le cas échéant nous _____ la solution des problèmes.
3. Nous _____ un intérêt tout particulier à la vente.
4. Nous vous _____ que l'Assemblée Générale des Actionnaires a décidé de modifier son appellation.
5. Nous nous _____ à Paris pour des affaires.
6. Nous vous _____ obligés de nous rendre visite à notre bureau.
7. Dans cette attente nous vous _____ d'agréer, Monsieur, nos salutations distinguées.

4. Dites en français:

1. Мы только что получили ваше письмо от 12-го сего месяца (с.м.).
2. Подтверждаем получение вашего уважаемого письма от 13-го прошлого месяца.
3. В ответ на ваше письмо от 12-го с.м. сообщаем, что ...
4. По получении вашего письма от 8-го с.м. спешим адресовать коносаменты (*connaissance*) парохода «Нева».
5. В развитие нашего письма от 9-го с.м. сообщаем вам ...
6. Возвращаясь к нашей беседе от 7-го с.м., просим вас заметить себе ...
7. Просим вас прислать нам ваш каталог на 20__ год.
8. Сובлаговолите сообщить нам ваши цены на пшеницу (*blé*).
9. Имеем удовольствие поставить вас в известность о получении вашего заказа.

5. Traduisez les lettres commerciales en français:

1

Москва

Честь имеем подтвердить получение вашего уважаемого (письма) от 10-го с. м., которым вы нас запрашиваете (nous demandant) наш последний каталог на 2005 год.

Имеем удовольствие («выгоду») передать вам его при сем и просим вас принять и пр.

Дорваль и С-вья

2

Москва, 22 марта 2004

Обществу Дорваль и Сыновья

Париж

Мы рассмотрели каталог, который вы нам прислали 14 марта. Нам нужна ваша машина № 18, и мы просим вас прислать нам ее подробное описание и ваши наилучшие условия.

В ожидании вашего ответа обратной почтой просим принять и пр.

3

Росимпорт

Москва

Подтверждаю получение вашего письма от 3-го с. м., в котором вы назначаете мне свидание с вашим представителем г-ном инженером Павловым, в Браззавилле 9-го с. м. в 3 часа дня.

Я, к сожалению, должен сообщить вам (je regrette de vous communiquer), что не смогу быть в Браззавилле в назначенный день и час, так как мне не удалось преодолеть трудности (surmonter les difficultés), которые связаны с поездкой в этот отдаленный порт.

В надежде, что г-н Павлов сможет посетить нашу контору в Марселе на обратном пути в Россию, прошу принять и пр.

Арман и К^о
Директор

6. Complétez la lettre en écrivant à côté de chaque numéro la variante correcte (a), (b) ou (c):

Messieurs,

J'ai bien (1) ____ ma commande du 25août (2) ____ 150 calculatrices, de marque Olivetti (3) ____ et je vous en (4) ____

J'ai (5) ____ bien reçu la facture concernant (6) ____ calculatrices, mais je pense qu'il y a une (7) ____ dans vos publicités, vous annoncez ces calculatrices en (8) ____ et vous (9) ____ à vos clients une (10) ____ de 20 euros par (11) ____ . Or, vous avez (12) ____ cette réduction sur votre facture car vous partez du (13) ____ normal. Je (14) ____ demande donc une (15) ____ facture.

1.	a) adressé	b) reçu	c) apporté
2.	a) mettant	b) par	c) contenant
3.	a) type	b) voiture	c) machine
4.	a) remercie	b) envoie	c) salue
5.	a) puis	b) également	c) peu
6.	a) les	b) des	c) aucune
7.	a) malheur	b) torpeur	c) erreur
8.	a) liquidation	b) stock	c) promotion
9.	a) prenez	b) accordez	c) enlevez
10.	a) prime	b) réduction	c) prix
11.	a) boîte	b) stock	c) heure
12.	a) omis	b) soustrait	c) ôté
13.	a) somme	b) prix	c) forfait
14.	a) vous	b) nous	c) leur
15.	a) belle	b) troisième	c) autre

7. Mettez les articles contractés ou prépositions convenables, s'il le faut. Employez *de, du, des, à, au, par* ou *pour*:

1. Il y a quelques jours, nous avons reçu une lettre de la part ____ nos anciens clients, dans laquelle ceux-ci se plaignent ____ retards dans la livraison de deux derniers lots ____ pétrole.

2. Aussitôt nous avons décidé ____ faire une enquête ____ les raisons de ces retards.

3. Par suite ____ une enquête minutieuse, nous avons réussi ____ établir que la livraison retardée avait été causée ____ le mauvais temps.

4. Ce point semble pourtant avoir échappé ____ l'attention de nos clients.

5. Quant ____ retard apporté chargement du deuxième voyage, celui-ci a eu lieu ____ notre faute.

6. C'est pourquoi nous sommes prêts ____ prendre ____ notre charge tous les frais se rapportant à ce chargement.

1.5. DOCUMENTATION

1. Lisez et traduisez les textes:

La commande et son execution

La lettre par laquelle on passe une commande doit être claire, concise et complète. Autant que possible, on traitera dans une lettre à part toute question qui n'a pas de rapport avec la commande proprement dite.

Si l'on passe plusieurs commandes le même jour, on prend soin de les numéroté, puisque la date ne suffirait pas à un classement précis. Il est souvent utile de donner des numéros de classement aux commandes envoyées à la même Maison. Beaucoup de Maisons font imprimer à l'usage de leurs clients des bulletins de commande, qui donnent toutes les instructions nécessaires sur l'emballage, l'expédition, les conditions et le mode de paiement.

Il faut accuser réception de toute commande reçue, et assurer le client que ses commandes seront l'objet de soins diligents et attentifs. Si la commande ne peut être exécutée immédiatement ou dans les délais demandés, il faut le dire avec franchise, afin d'éviter au client une surprise fâcheuse au moment attendu pour la livraison

EXEMPLE DE COMMANDE DE PRODUITS AGRICOLES

a)

Monsieur,

Désireux de posséder dans ma basse-cour des volailles de la race X, je viens vous prier de m'envoyer six douzaines d'oeufs de cette race, prêts à être couvés.

J'espère que vous ne me fournirez que des oeufs sélectionnés et que je n'aurai aucun déchet à l'éclosion.

Je vous couvrirai de vos frais dès réception du colis, auquel je vous prie de joindre la facture.

Veuillez agréer, Monsieur, l'assurance de mes sentiments distingués.

b)

Demande de renouvellement d'abonnement

Paris, le 29 juin 20__.

Messieurs,

Notre abonnement à votre publication «Paris Match» venant à expiration fin courant, nous vous prions de bien vouloir le renouveler et nous vous remettons à cet effet notre chèque № 0.042.845 sur la Banque Martin, Lenoir et C^{ie}, à Paris, de 25 000 dollars, pour la nouvelle période du 1-er juillet 20__ à fin juin 20__.

Nous vous prions pour la bonne règle de bien vouloir nous en accuser réception en nous donnant votre accord.

Veuillez agréer, Messieurs, nos salutations distinguées.

Inclus: 1 chèque

Vocabulaire

assurer

– заверять кого-либо

avoir rapport avec qn, qch

– иметь отношение к чему-либо, к кому-либо

basse-cour *f*

– птичий двор, двор

colis *m*

– посылка

commande *f*

– заказ

consis	– сжатый, краткий
couver	– выводить цыплят
couvrir des frais	– покрыть, оплатить расходы
déchet <i>m</i>	– брак, дефект
délai <i>m</i>	– период времени, промежуток времени
diligent	– старательный, прилежный
éclosion <i>f</i>	– вылупливание (птенца) из яйца
emballage <i>m</i>	– упаковка
exécuter une commande	– выполнить заказ
expédition <i>f</i>	– отправка, отсылка
facture <i>f</i>	– счет
livraison <i>f</i>	– поставка (товаров)
mode <i>m</i> de paiement	– способ оплаты
passer une commande	– сделать заказ
posséder	– иметь, обладать
prier	– просить
produits <i>m pl</i> agricoles	– сельскохозяйственные продукты
proprement dite	– собственно говоря
renouveler	– приемлемое дело
venant à expiration fin courant	– заканчиваться в конце текущего месяца
volaille <i>f</i>	– домашняя птица

2. Répondez aux questions suivantes d'après le texte:

1. De quelle manière passe-t-on une commande?
2. Quelle doit être la commande?
3. Qu'est-ce qu'on fait si l'on passe plusieurs commandes le même jour?
4. Qu'est-ce qu'il est souvent utile de faire si l'on envoie les commandes à la même Maison?
5. Que font beaucoup de Maisons à l'usage de leurs clients?
6. Que donnent les bulletins de commandes des Maisons?
7. Qu'est-ce qu'on fait en ce qui concerne la réception de toute commande?
8. Qu'est-ce qu'on fait si la commande ne peut être exécutée?
9. De quoi s'agit-il dans le premier exemple?
10. Quel est le but de l'auteur de la deuxième commande?

3. Remplacez les points par les mots parce que, puisque, si, encore:

1. Il réussit à gagner la côte _____ qu'il était un bon nageur.
2. Il a accusé la réception du colis _____ il était un bon client.
3. Vous viendrez me dire adieu _____ partez en vacances.
4. Est-ce que vous n'avez pas lu ce roman? _____ je l'ai lu.
5. Il n'a jamais rien vu de _____ beau.
6. Vous n'allez pas à l'Académie _____? J'y vais.
7. Je pourrai venir vous voir _____ vous voulez.
8. _____ il est malade, il ne pourra pas prendre part à cette réunion.
9. Nous marcherons _____ vite que nous arriverons à temps.

4. Remplacez les verbes soulignés par le participe présent ou le gérondif:

1. Nous entrâmes dans la salle d'études et nous saluâmes notre professeur.

2. Les spectateurs applaudirent cet artiste et battirent des mains.
3. Le train repartit, il courait à la frontière italienne.
4. Ce soldat ne répondit rien, il obéissait aux ordres de son chef.
5. Cet homme fit ses adieux à ses amis et s'éloigna.
6. Comme je sortais de l'hôtel, j'aperçus un inconnu qui s'approchait de notre maison.
7. C'est jeune homme qui possède quelques langues étrangères.
8. À la gare il y avait beaucoup de voyageurs qui portaient leurs valises.
9. Il a passé deux commandes à la Maison et il a pris soin de les numéroté.
10. Car la commande ne pouvait pas être exécutée, mon chef a informé le client de ce fait.

5. Mettez les verbes entre parenthèses aux temps qui conviennent:

1. On m'a dit que la marchandise (arriver) hier.
2. Il savait que son chef (partir) hier.
3. Elle m'a écrit que son père (arriver) bientôt.
4. Il m'a dit que sa soeur (vouloir) me voir.
5. Savez-vous qu'on (vendre) ces revues dans notre kiosque?
6. Il a décidé qu'il (passer) sa commande à la fin du mois.
7. Mon client m'a demandé comment (s'appeler) notre Maison.
8. Il faut assurer le client que ses commandes (être) l'objet de soins diligents et attentifs.
9. Beaucoup de Maisons (faire) imprimer des bulletins de commande.
10. Les bulletins de commande (donner) toutes les instructions nécessaires sur l'emballage et l'expédition des marchandises.
11. Je savais qu'il (terminer) notre Université technique.
12. Elle m'a demandé si je (être) à l'Académie.

6. Traduisez les phrases suivantes:

1. Письмо, в котором делается заказ, должно быть четким и лаконичным.
2. Если делается несколько заказов в один день, необходимо их нумеровать.
3. Необходимо нумеровать заказы, так как дата не является достаточным основанием для сортировки заказов,
4. Следует подтверждать получение любого заказа,
5. Необходимо сообщить клиенту все сведения относительно упаковки и отправки товаров, а также о способе их оплаты.
6. Я покрою все ваши расходы, как только получу вашу посылку с книгой.

7. Lisez et traduisez les textes:

RECLAMATION

Les réclamations sont parmi les plus difficiles à rédiger. Elles ne sont jamais agréables à recevoir. Tout en disant ce qu'il faut dire, on doit s'efforcer de ne jamais montrer de mauvaise humeur ni surtout d'impolitesse. On peut exprimer les choses les plus énergiques avec la plus parfaite courtoisie.

Il faut rappeler la nature de la commande, sa date et ses conditions d'exécution, renvoyer le fournisseur aux engagements qu'il a pris et constater qu'il n'a pas su ou pu les tenir. Sauf s'il s'agit d'une récidive, la menace d'une rupture des relations commerciales ou d'une instance judiciaire doit être déconseillé. Il est préférable

d'exiger simplement, mais avec fermeté, l'exécution du contrat en se référant à la surprise que cause ce manquement de la part d'une Maison bien considérée sur la place.

Les remarques précédentes s'appliquent à la réponse à une réclamation. Autant que possible, on tâchera de donner satisfaction à cette demande et on exprimera des excuses, s'il y a lieu, pour l'erreur commise. Il vaut mieux porter une petite somme au compte profits et pertes que de perdre un client.

Il y a cependant des cas où l'on est obligé de refuser. Il faut alors le faire avec tous les ménagements possibles, donner clairement les raisons du refus et exprimer les plus vifs regrets. Toutes les fois qu'on le pourra, on offrira quelque sorte de compensation pour bien montrer sa bonne volonté.

EXEMPLE DE RECLAMATION

Messieurs,

Nous recevons votre lettre du 25 courant.

Nous sommes très étonnés que vous puissiez trouver satisfaisant l'échantillon prélevé par nos amis sur l'embarquement précité. En effet, les premiers échantillons que vous nous avez remis sont tout à fait différents de ces derniers. Nous allons, de nouveau, vous adresser deux envois séparés: l'un contenant les premiers échantillons que vous nous aviez remis et l'autre les échantillons prélevés sur l'embarquement du "Congo". Leur examen, même très succinct, vous démontrera qu'il s'agit de deux copals de qualité différente.

Nous comptons que vous voudrez bien reconnaître le bien-fondé de notre réclamation, et nous regrettons vivement qu'un désaccord dans cette affaire altère les relations que nous avons toujours eues avec votre Société.

Veillez agréer, Messieurs, l'expression de nos sentiments distingués.

Vocabulaire

altérer	– ухудшать, портить
bien-fondé <i>m</i>	– обоснованность
compte <i>m</i> profits et pertes	– счет прибылей и убытков
copal <i>m</i>	– копал (растительная смола)
courtoisie <i>f</i>	– вежливость, учтивость, любезность
déconseiller	– зд. отводить
des relations <i>f pl</i>	– связи, отношения
désaccord <i>m</i>	– несогласие, разногласие
échantillon <i>m</i>	– образец
embarquement <i>m</i>	– отгрузка, погрузка (для морских перевозок)
engagement <i>m</i>	– обязательство
envoi <i>m</i>	– посылка, отправка
erreur <i>f</i> commise	– совершенная ошибка, оплошность
être étonné	– поразиться, быть удивленным
exprimer des excuses	– извиняться за что-либо
fermeté <i>f</i>	– твердость
fournisseur <i>m</i>	– поставщик
impolitesse <i>f</i>	– невежливость, грубость
instance <i>f</i> judiciaire	– передача дела в суд
manquement <i>m</i>	– отсутствие, недостаток, нарушение
mauvaise humeur <i>f</i>	– плохое настроение

menace <i>f</i>	– угроза
ménagement <i>m</i>	– осторожность, предосторожность
montrer sa bonne volonté	– проявить свою добрую волю
précité, -e	– вышеупомянутый
prélever	– брать наперед, изымать, вычитать
prendre les engagements	– взять на себя обязательства
raison <i>f</i>	– причина
réclamation <i>f</i>	– рекламация, жалоба
refuser	– отказать
regret <i>m</i>	– сожаление
remettre	– передавать, доставлять
rupture <i>f</i>	– разрыв
s'efforcer de faire qch	– прилагать усилия, чтобы сделать что-либо
somme <i>f</i>	– сумма
succinct, e	– краткий, сжатый
tâcher de faire qch	– стараться сделать что-либо
tenir les engagements	– выполнять обязательства

8. Répondez aux questions suivantes d'après le texte:

1. Qu'est-ce qu'on doit faire en écrivant une lettre de réclamation?
2. Qu'est-ce qu'on peut exprimer dans la réclamation?
3. Que faut-il rappeler en écrivant une lettre de réclamation?
4. Quelle menace doit être déconseillée, sauf s'il s'agit d'une récidive?
5. Qu'est-ce qu'il est préférable de faire en écrivant une réclamation?
6. Que s'appliquent les remarques précédentes?

9. Mettez les verbes entre parenthèses aux temps qui conviennent:

1. Je viendrai voir mon fournisseur si je ne (être) pas malade.
2. Nous irons nous promener demain s'il (faire) beau temps.
3. Si je (avoir) un billet, j'irais avec plaisir à ce concert.
4. S'ils ne (recevoir) par votre télégramme, ils ne seraient pas venus vous attendre à la gare.
5. Si elle me (donner) son numéro de téléphone, je lui aurais téléphoné encore hier.
6. Nous serons très contents si vous (venir) nous voir ce soir.
7. Si tu (être) plus attentif, tu ne feras pas de faute.
8. Si vous me (donner) votre manuel aujourd'hui, je vous le rendrai demain.
9. Si vous (écrire) une lettre de réclamation tout de suite, vous (recevoir) la réponse dans deux ou trois jours.
10. Si vous ne (être) pas contents de cette marchandise, vous (pouvoir) écrire une lettre de réclamation à la Maison.

10. Remplacez les points par les articles et les prépositions qui manquent:

1. Nous avons visité _____ grand nombre _____ usines.
2. Ils peuvent en profiter _____ leur guise.
3. Que pensez-vous _____ la lutte _____ la paix?
4. Les travailleurs n'ont aucune envie _____ la guerre.

6. J'entendis au-dessous _____ moi notre hôte et sa femme parler et je distinguai parfaitement _____ propres mots _____ mari.
7. Au bout _____ quart _____ heure j'entendis quelqu'un monter.
9. Dès que _____ jour parut _____ famille _____ grand bruit vint nous réveiller.
10. Permettez-moi _____ vous présenter _____ porteur _____ cette lettre, M.Sanier, de Rouen, représentant _____ la Maison Pierre et C^{ie} _____ cette même ville.

11. Mettez les verbes entre parenthèses au subjonctif présent ou au subjonctif passé suivant le sens. Justifiez l'emploi du subjonctif:

1. Ils sont très étonnés que vous (partir) si vite.
2. Je regrette que tu (apprendre) cette nouvelle trop tard.
3. Nous sommes heureux que vous (recevoir) cette permission.
4. Il est étonnant qu'elle ne (être) pas là.
5. Je crains qu'il ne (apprendre) la vérité.
6. Je voudrais que tu (lire) cet article.
7. Il défend que nous (entrer) dans sa chambre.
8. Le professeur exige que nous (faire) régulièrement tous nos devoirs.
9. Dites-lui qu'il (venir) demain.
10. Il faut que vous (répondre) à cette lettre.
11. Je doute qu'il (comprendre) cette explication.
12. Il ne croit pas que je (pouvoir) faire cette traduction sans dictionnaire.
13. Il est douteux qu'il (écrire) cette dictée sans fautes.
14. Croyez-vous qu'il (savoir) cette nouvelle?

12. Traduisez les phrases suivantes:

1. Очень тяжело составлять рекламации.
2. Получать рекламации всегда неприятно.
3. Необходимо напомнить поставщику суть, дату и условия выполнения заказа, напомнить о взятых им на себя обязательствах и сказать, что он их не выполнил.
4. Следует отвести угрозу разрыва торговых отношений.
5. Нужно твердо требовать выполнения контракта.
6. Бывают случаи, когда надо отказать.

3. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

3.1. ВИДЫ КОНТРОЛЯ

3.1.1. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ

Для текущего контроля знаний студентам предлагаются следующие виды работ:

- опрос на занятиях;
- проверка домашнего (внеаудиторного дополнительного) чтения;
- выполнение контрольных переводов;
- выполнение лексико-грамматических тестов при прохождении грамматического материала;

3.1.2. РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ

Для рубежного контроля знаний студентам предлагаются следующие виды работ:

- выполнение итоговых упражнений по окончании прохождения тем учебно-профессионального общения;
- выполнение контрольных переводов текстов учебно-профессионального общения;
- выполнение контрольных тестов по окончании прохождения грамматического материала;
- выполнение лексико-грамматических работ или компьютерного тестирования в 1, 2 семестрах.
- словарные диктанты;
- тесты на аудирование;
- пересказ и письменное изложение аудио- и видеотекстов;
- эссе;
- сочинение;
- устные опросы/беседы по темам;
- презентация темы с использованием программы Power-Point.

3.1.3. ТЕКУЩАЯ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Текущая аттестация проводится в целях периодического контроля и оценки результатов учебной деятельности обучающихся по учебной дисциплине.

Текущая аттестация проводится в виде тестирования (в технической форме через Google Classroom или на бумажном носителе).

Текущая аттестация включает выполнение теста по темам 1.1-1.4 учебной программы.

Промежуточная аттестация:

Обучающиеся допускаются к промежуточной аттестации по учебной дисциплине при условии успешного прохождения текущей аттестации, предусмотренной в текущем семестре.

Допуском к сдаче зачета является успешное выполнение 2/3 тестового задания.

3.1.4. ИТОГОВЫЙ КОНТРОЛЬ

Форма итогового контроля знаний студентов – зачёт.

Зачёт состоит из:

- положительной сдачи аттестационных работ;
- работы в семестре, предусматривающей выполнение студентом всех требований к практическим занятиям.

На зачете проверяется практическое владение иностранным языком в объеме требований программы по каждому этапу обучения.

Курсовая работа учебным планом не предусмотрена.

3.2. ТЕСТЫ И КОНТРОЛЬНЫЕ РАБОТЫ

3.2.1. АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

Test (Topics 1.1-1.4)

I. Match the words on the left with their correct definitions on the right.

Word/Expression	Definition
1. Sole proprietorship	a) A business owned by two or more people
2. Revenues	b) The total income earned by a business
3. Assets	c) A legal agreement to operate under an established brand
4. To dissolve	d) A person who owns part of a company through stocks
5. Shareholder	e) To officially close a business
6. Franchise	f) A business owned and run by one person
7. Trademark	g) Resources owned by a company (e.g., cash, property)
8. Joint venture	h) A legally protected symbol, name, or logo
9. Stock	i) A temporary business partnership for a specific project
10. Employee	j) A person hired to work for a company

II. Complete the sentences with the correct word from the list:

(shares of stocks, expenses, partnership, to advertise the job, applicant, complaint, memo, purchase of goods, constructive feedback, reliable)

1. Before hiring a new worker, the company needs _____ to attract candidates.
2. A _____ is a written message used within a company.
3. When a customer is unhappy, they may file a _____.
4. A business must track its _____ to ensure it remains profitable.
5. An _____ is someone who applies for a job.
6. In a _____, two or more people share ownership of a business.
7. Giving _____ helps employees improve their performance.
8. Investors buy _____ to become partial owners of a company.
9. A _____ team member always completes tasks on time.
10. The _____ increased after the holiday season.

III. Decide if the following statements are True (T) or False (F).

1. A **sole proprietorship** has multiple owners.
2. **Goodwill** refers to a company's positive reputation.
3. **To enhance sales** means to reduce marketing efforts.
4. A **franchise** allows a business to use another company's brand.
5. **Effective collaboration** means working independently without communication.

IV. Answer the following questions.

1. What is the difference between an **employee** and a **shareholder**?
2. Why is **constructive resolution** important in team conflicts?
3. Name two ways a company can **promote** its products.
4. What does **accountable** mean in a team setting?

V. Read the text and give the title to it.

There are several types of business organisations, each with its own advantages and disadvantages. The most common forms include sole proprietorships, partnerships, corporations, and franchises.

A sole proprietorship is the simplest business structure, owned and operated by one person. The owner has full control but also bears all financial risks.

A partnership involves two or more people sharing ownership. Partners contribute resources and skills, and profits and losses are divided among them. However, disagreements can arise, and each partner is personally liable for debts.

A corporation is a legal entity separate from its owners (shareholders). It can raise capital by selling shares of stock, but it faces more regulations and taxation.

A franchise allows an individual (franchisee) to operate under an established brand (franchisor). The franchisee pays fees but benefits from brand recognition and support.

Each type of business organisation suits different needs, depending on factors like liability, funding, and growth potential.

VI. Mark the following statements as **True (T)**, **False (F)**, or **Not Given (NG)** based on the text.

1. A sole proprietorship is owned by multiple people. ()
2. In a partnership, all partners share profits and losses. ()
3. Corporations must follow fewer regulations than sole proprietorships. ()
4. Franchisees pay fees to use a brand name. ()
5. The text mentions five types of business organisations. ()

VII. Complete the sentences using words from the text.

1. A business owned by one person is called a _____.
2. In a _____, two or more people share ownership.
3. A corporation can raise money by selling _____.
4. A _____ operates under an established brand but pays fees.
5. The _____ is responsible for all debts in a sole proprietorship.

VIII. Answer in 1-2 sentences.

1. What is the main disadvantage of a sole proprietorship?
2. How does a corporation differ from a partnership?
3. Why might someone choose to open a franchise instead of an independent business?

3.2.2. ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК

TEST 1

1. Prenez connaissance des deux annonces suivantes.

Pour chacune d'elles, recherchez les informations correspondant aux différentes parties étudiées: indication du poste, modalités de réponse, présentation de l'employeur, etc.

ANNONCE 1

JEUNES DIPLÔMÉS,

CONSTRUISEZ

VOTRE IMAGE !

Nous sommes une société leader,
numéro 1 sur notre marché : 50 M€
de chiffre d'affaires - 800 personnes.

Notre métier : **LA PHOTO**

Nos clients: **DES PROS**

Poursuivant notre expansion,
nous recherchons plusieurs

COMMERCIAUX

pour renforcer nos équipes dans la région Nord.

Vous avez un bac + 2 et/ou une première
expérience et l'ambition de réussir.

Avec nous, vous apprendrez à :

- développer les ventes, gérer un secteur de clientèle,
conseiller vos interlocuteurs,
- évoluer en équipe, vous former aux méthodes
les plus modernes.

Contactez notre consultant Guillaume Perrec sous réf. 520
GLMS- 67, rue de la Délivrance - 14000 CAEN

ANNONCE 2

**GROUPE LEADER DANS LA GRANDE
DISTRIBUTION RECHERCHE**

3 Assistants H/F

Marketing international

Nous recherchons des personnes de langue
anglaise ou espagnole possédant une première
expérience dans la traduction et/ou dans le marketing.
Votre mission sera d'effectuer des traductions,
de la relecture de textes, d'assurer les relations
avec nos clients.

La maîtrise des outils informatiques Word et Excel serait appréciée.
Poste situé dans la région parisienne.
Dynamique et organisé, vous possédez un très bon sens des relations.

Merci d'adresser votre candidature
(lettre de motivation et CV) s/réf.
BCG à MINERVE,
3 rue du Lac, 77100 MELUN

2. Mettez les verbes au subjonctif:

Nous recherchons une hôtesse d'accueil qui (pouvoir) _____ travailler le week-end, qui (connaître) _____ l'italien, qui (avoir) _____ le goût du contact, qui (être) _____ discrète, qui (savoir) _____ garder le sourire en toute circonstance.

3. Imaginez et rédigez la petite annonce de vos rêves.

Rédigez celle qui correspondrait précisément à votre profil et qui proposerait un poste que vous aimeriez occuper, dans une entreprise francophone où vous aimeriez travailler.

4. Chacun a, quelquefois bien cachés, ses propres objectifs.

a. A l'aide du tableau, complétez les phrases de la colonne A avec les mots ou les expressions suivants: cherchez, essayez, proposez, évitez, tâchant, un objectif, l'intention, de manière à.

b. Puis faites correspondre ces phrases aux mots de la colonne B.

A		B
1. Vous vous _____ de rendre service. Vous avez _____ précis : travailler au sein d'une communauté et vous efforcez d'aider les autres.	c	a. Sécurité
2. Vous _____ d'avoir de l'influence sur la vie et le comportement des autres.	...	b. Autonomie
3. Vous n'aimez pas l'imprévu. Vous avez _____ d'épargner _____ pouvoir résister aux situations difficiles.	...	c. Dévouement
4. Vous _____ d'être contrôlé(e) ou dirigé(e) par quelqu'un d'autre.	...	d. Statut
5. Vous _____ à appartenir à une certaine classe sociale en _____ d'en prendre les habitudes.	...	e. Pouvoir

5. Jean-Marc travaille à Londres. Il est directeur financier dans une grande entreprise. Lisez ce qu'il dit ci-dessous. A votre avis, que recherche-t-il en priorité? Pourquoi?

«J'ai grandi en France dans une petite ville de province. Mon père était ouvrier et ma mère travaillait comme vendeuse dans un magasin de vêtements. Comme j'étais un

bon élève à l'école et que j'ai toujours été très travailleur, j'ai pu faire des études supérieures. Après mes études, je suis monté à Paris. Je voulais faire du cinéma. je rêvais de devenir une star. Mais ça n'a pas marché. J'ai épousé la petite-fille d'un célèbre romancier anglais et j'ai déménagé à Londres.

Nous avons acheté une grande maison dans un bon quartier. Nous avons un fils, Paul, qui va dans une des meilleures écoles du pays et avec qui je joue au golf tous les dimanches.»

6. A votre avis, que recherche en priorité:

- le chef d'une petite entreprise?
- une infirmière?
- un médecin?
- un acteur de cinéma?

TEST 2

B. Le bon choix

1. Mme Pruneau, chef du personnel de la société Pétrolette, interroge Fabien Pastel, candidat à un poste de vendeur. Écoutez un extrait de cet entretien. Quand Fabien Pastel a commencé à travailler, il vendait _____.

- a. ☐ des lunettes
- b. ☐ des voitures
- c. ☐ des téléphones
- d. ☐ des yaourts

2. Fabien Pastel est vivement intéressé par l'offre d'emploi de Pétrolette. Écoutez un autre extrait de l'entretien d'embauche. Par quoi Fabien Pastel est-il principalement motivé ?

- a. ☐ La renommée de l'entreprise.
- b. ☐ L'intérêt du travail.
- c. ☐ Le montant du salaire.
- d. ☐ Le niveau de responsabilité.

3. Écoutez la suite de l'entretien d'embauche. Elle concerne la négociation du salaire. Que demande Fabien Pastel ?

- a. ☐ Autant que son salaire actuel.
- b. ☐ 10 % de plus.
- c. ☐ 20 % de plus.
- d. ☐ 30 % de plus.

4. Vous rédigez votre CV pour un employeur français. N'oubliez pas de mentionner _____.

- a. ☐ l'adresse précise de vos anciens employeurs
- b. ☐ votre lieu de naissance
- c. ☐ votre appartenance syndicale
- d. ☐ vos principaux diplômes

5. « Ici, au moins, je ne risque pas d'être licencié », vous dit Félix, en parlant de son travail. « C'est ça l'important », ajoute-t-il. L'important, pour Félix, c'est _____.

- a. ☐ la sécurité de l'emploi
- b. ☐ le niveau des responsabilités
- c. ☐ l'indépendance dans le travail
- d. ☐ les conditions de rémunération

6. Daniel est au chômage. Il lit tous les jours les _____ d'emploi dans la presse.

- a. ☐ demandes
- b. ☐ offres
- c. ☐ modes
- d. ☐ recherches

7. Une offre d'emploi doit *obligatoirement* contenir _____.

- a. ☐ l'activité de l'entreprise
- b. ☐ les modalités de réponse
- c. ☐ la durée du contrat de travail proposé
- d. ☐ les possibilités d'évolution

8. Parmi les professions suivantes, quelle est celle qui requiert la plus grande aptitude à la négociation ?

- a. ☐ Caissier.
- b. ☐ Vendeur.
- c. ☐ Chercheur.
- d. ☐ Comptable.

9. Vous répondez à l'offre d'emploi de la société Pétrolette. Comment commencez-vous votre lettre ?

- a. ☐ Je me tiens à votre disposition pour un rendez-vous...
- b. ☐ Je suis certainement celui que vous recherchez...
- c. ☐ J'ai pris connaissance de votre offre d'emploi parue dans...
- d. ☐ Un poste chez vous serait pour moi une bonne occasion de...

10. « Le salaire mensuel brut s'élève à 3 200 euros, auquel s'ajoute une prime de 13^e mois ». Cette phrase est probablement extraite _____.

- a. ☐ d'une demande d'emploi
- b. ☐ d'un contrat de travail
- c. ☐ d'une lettre de motivation
- d. ☐ d'un curriculum vitae

3.3. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

1. Оценка перевода.

Уровни	Бал- лы	Чтение
I. Низкий (рецептив- ный)	0	Отсутствие перевода или отказ от него
	1	Перевод текста на уровне отдельных словосочетаний и предложений при проявлении усилий и мотивации.
	2	Неполный перевод текста (менее 90 %). Допускаются грубые искажения в передаче содержания. Отсутствует правильная передача характерных особенностей стиля переводимого текста.
II. Удовлет- ворительны й (рецептивно- репродук- тивный)	3	Неполный перевод (90 %). Допускаются грубые смысловые и терминологические искажения. Нарушается правильность передачи характерных особенностей стиля переводимого текста.
	4	Полный перевод. Допускаются грубые терминологические искажения. Нарушается правильность передачи характерных особенностей стиля переводимого текста.
III. Средний (репродук- тивно-про- дуктивный)	5	Полный перевод. Допускаются незначительные искажения смысла и терминологии. Не нарушается правильность передачи стиля переводимого текста.
	6	Полный перевод. Отсутствуют смысловые искажения. Допускаются незначительные терминологические искажения. Нарушается правильность передачи характерных особенностей стиля переводимого текста
IV. Доста- точный (продуктив- ный)	7	Полный перевод. Соблюдается точность передачи содержания. Отсутствуют терминологические искажения. Допускаются незначительные нарушения характерных особенностей стиля переводимого текста.
	8	Полный перевод. Отсутствуют смысловые и терминологические искажения. В основном соблюдается правильная передача характерных особенностей стиля переводимого текста.
V. Высокий (продуктив- ный, твор- ческий)	9	Полный перевод. Отсутствуют смысловые и терминологические искажения. Правильная передача характерных особенностей стиля переводимого текста.
	10	Полный перевод. Отсутствуют смысловые и терминологические искажения. Творческий подход к передаче характерных особенностей стиля переводимого текста.

2. Оценка понимания при чтении. Показатели оценки чтения.

Уровни	Балл	Чтение
I. Низкий (рецептивный)	0	Отсутствие ответа или отказ от ответа.
	1	Понимание менее 30% основных фактов и смысловых связей между ними.

	2	Понимание 30% основных фактов и смысловых связей между ними.
II. Удовлетворительный (рецептивно-репродуктивный)	3	Понимание менее 50% основных фактов и смысловых связей между ними.
	4	Понимание 50% основных фактов текста и смысловых связей между ними.
III. Средний (репродуктивно-продуктивный)	5	Понимание большинства основных фактов текста, смысловых связей между ними и отдельных деталей текста.
	6	Понимание всех основных фактов текста, смысловых связей между ними и 50% деталей текста.
IV. Достаточный (продуктивный)	7	Понимание всех основных фактов текста, смысловых связей между ними и 70% деталей текста.
	8	Понимание всех основных фактов текста, смысловых связей между ними и 80% деталей текста.
V. Высокий (продуктивный, творческий)	9	Понимание всех основных фактов текста, смысловых связей между ними и 90% деталей текста.
	10	100-процентное понимание основных фактов текста, смысловых связей между ними и деталей текста.

3. Оценка письменных текстов.

100% – 95% правильных ответов	10 баллов
94,8% – 90% правильных ответов	9 баллов
89,6% – 83% правильных ответов	8 баллов
82,6% – 75% правильных ответов	7 баллов
74,6% – 65% правильных ответов	6 баллов
64,7% – 50% правильных ответов	5 баллов
49,7% – 35% правильных ответов	4 балла
34,7% – 20% правильных ответов	3 балла
19,7% – 10% правильных ответов	2 балла
9,7% – 1,8% правильных ответов	1 балл
1,4% – 0% правильных ответов	0 баллов

Наименьшая положительная оценка – 4 балла – выставляется при правильном выполнении не менее 2/3 заданий. Отсутствие работы или отказ от выполнения соответствуют оценке 0 баллов.

В курсе используется рейтинговая система обучения. Основная идея этой системы – повышение творческого начала всех участников педагогического процесса, максимальная индивидуализация обучения, резкая интенсификация и активизация самостоятельной работы студентов, прежде всего, на основе принципа интегральной многобалльной рейтинговой оценки знаний. Балл рейтинга состоит из суммы баллов за посещение практических занятий, активное участие на занятиях, выполнение домашних заданий, творческий подход к выполнению заданий, письменный перевод текстов, сдачу устных тем, участие в СНК, зачет/экзамен.

4. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ

4.1. СЛОВАРИ

4.1.1. АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

GENERAL BUSINESS TERMS

Advertising – реклама
agreement – соглашение
analysis – анализ
artificial intelligence (AI) – искусственный интеллект (ИИ)
automation – автоматизация
benefits – льготы
blockchain – блокчейн
bonus – бонус
brand – бренд
budget – бюджет
business – бизнес
campaign – кампания
CEO (chief executive officer) – генеральный директор
client – клиент
collaboration – сотрудничество
company – компания
competition – конкуренция
compliance – соответствие требованиям
conference – конференция
contract – контракт
copyright – авторское право
corporation – корпорация
currency – валюта
customer – покупатель
data – данные
deadline – крайний срок
deal – сделка
debt – долг
decision – решение
demand – спрос
digital – цифровой
director – директор
discount – скидка
dismissal – увольнение (по инициативе работодателя)
distribution – распределение
economy – экономика
efficiency – эффективность
email – электронная почта
employee – сотрудник

employer – работодатель
enterprise – предприятие
executive – руководитель
expenses – расходы
export – экспорт
feedback – обратная связь
fraud – мошенничество
globalization – глобализация
growth – рост
hardware – аппаратное обеспечение
import – импорт
industry – отрасль
inflation – инфляция
innovation – инновация
intellectual property – интеллектуальная собственность
interest – процент
interview – собеседование
inventory – инвентарь
investment – инвестиция
law – закон
lawsuit – судебный иск
leadership – лидерство
liability – ответственность
loan – кредит
logistics – логистика
loss – убыток
manager – менеджер
manufacturing – изготовление
market – рынок
marketing – маркетинг
meeting – совещание
negotiation – переговоры
networking – нетворкинг
organization – организация
partnership – партнерство
patent – патент
plan – план
presentation – презентация
production – производство
productivity – производительность
profit – прибыль
promotion – продвижение
quality – качество
recession – рецессия
recruitment – набор персонала
regulation – регулирование
report – отчет
resignation – увольнение

revenue – доход
salary – зарплата
sales – продажи
software – программное обеспечение
strategy – стратегия
supply – поставка
tariff – тариф
tax – налог
technology – технология
trade – торговля
trademark – товарный знак
training – обучение

TOPIC VOCABULARY

Business Correspondence (Деловая переписка)

inquiry – запрос
follow-up – дополнительное письмо / напоминание
attachment – вложение
CC (carbon copy) – копия (в электронном письме)
BCC (blind carbon copy) – скрытая копия
subject line – тема письма
salutation – приветствие (в письме)
closing remarks – заключительные слова
formal tone – официальный тон
concise – лаконичный

Meetings (Совещания)

agenda – повестка дня
minutes – протокол собрания
action items – задачи по итогам встречи
chairperson – председатель
quorum – кворум
motion – предложение (на голосование)
adjourn – закрыть заседание
consensus – консенсус
stakeholder – заинтересованная сторона
deadlock – тупиковая ситуация

Cross-cultural Negotiations (Межкультурные переговоры)

etiquette – этикет
cultural sensitivity – культурная чувствительность
high-context culture – высококонтекстная культура
low-context culture – низкоконтекстная культура
bargaining power – переговорная сила
concession – уступка
mediation – посредничество
arbitration – арбитраж

win-win solution – решение, выгодное для всех
deadlock breaker – способ выхода из тупика

Job Interview (Собеседование при приеме на работу)

candidate – кандидат
recruiter – рекрутер
competency-based questions – вопросы на компетенции
strengths and weaknesses – сильные и слабые стороны
soft skills – гибкие навыки
hard skills – профессиональные навыки
behavioral interview – поведенческое интервью
panel interview – групповое собеседование
probation period – испытательный срок
offer letter – официальное предложение о работе

Networking (Нетворкинг)

business card – визитная карточка
elevator pitch – короткая самопрезентация
small talk – светская беседа
icebreaker – вопрос/действие для разрядки обстановки
mutual connection – общий знакомый
follow-up email – письмо после встречи
industry event – отраслевое мероприятие
thought leader – эксперт в своей области
referral – рекомендация

GENERAL BUSINESS IDIOMS

"Think outside the box" – мыслить нестандартно
Example: "We need to think outside the box to solve this problem."

"Get the ball rolling" – начать процесс
Example: "Let's get the ball rolling on this project."

"Ballpark figure" – приблизительная оценка
Example: "Can you give me a ballpark figure for the budget?"

"Win-win situation" – ситуация взаимной выгоды
Example: "This partnership is a win-win for both companies."

"Cutting-edge" – передовой, инновационный
Example: "We use cutting-edge technology in our products."

"Play hardball" – действовать жестко (в переговорах)
Example: "They're playing hardball, so we need to stand firm."

"Sweeten the deal" – сделать предложение более выгодным
Example: "They added a bonus to sweeten the deal."

"Back to the drawing board" – начать с нуля

Example: "The client rejected our proposal—back to the drawing board."

"Close the deal" – заключить сделку

Example: "We need to close the deal by Friday."

"Dot the i's and cross the t's" – проверить все детали

Example: "Before signing, let's dot the i's and cross the t's."

"Bite the bullet" – смириться с трудной ситуацией

Example: "We have to bite the bullet and cut costs."

"Throw in the towel" – сдаться

Example: "After months of losses, they threw in the towel."

"Uphill battle" – тяжелая борьба

Example: "Getting approval was an uphill battle."

"A sticky situation" – щекотливая ситуация

Example: "The contract dispute put us in a sticky situation."

"The elephant in the room" – очевидная проблема, которую все игнорируют

Example: "Low sales are the elephant in the room—we need to address it."

"Hit the ground running" – начать работать сразу и эффективно

Example: "She joined the team and hit the ground running."

"Move the needle" – оказать заметное влияние

Example: "This campaign will really move the needle for our brand."

"Raise the bar" – повысить стандарты

Example: "Our competitors raised the bar with their new product."

"Go the extra mile" – сделать больше, чем требуется

Example: "Our team always goes the extra mile for clients."

"Break new ground" – сделать что-то инновационное

Example: "This research breaks new ground in AI."

"Touch base" – связаться, обсудить

Example: "Let's touch base next week to review progress."

"Put out feelers" – разведать обстановку

Example: "We put out feelers to see if there's market interest."

"Read between the lines" – понимать скрытый смысл

Example: "His email was vague—you have to read between the lines."

"On the same page" – быть в согласии

Example: "Before we proceed, let's make sure we're on the same page."

"Loop someone in" – ввести кого-то в курс дела

Example: "I'll loop you in on the email thread."

"Cash cow" – стабильный источник дохода

Example: "This product is our cash cow."

"Cook the books" – фальсифицировать финансовую отчетность

Example: "The CEO was fired for cooking the books."

"Penny-pinching" – чрезмерная экономия

Example: "The company's penny-pinching is hurting morale."

"In the red" – в убытке

Example: "After the crisis, we were in the red for months."

"In the black" – в прибыли

Example: "This quarter, we're finally in the black."

"Wear many hats" – выполнять разные роли

Example: "In a startup, everyone wears many hats."

"Put all your eggs in one basket" – рисковать всем в одном деле

Example: "Diversify investments—don't put all your eggs in one basket."

"Burn the midnight oil" – работать допоздна

Example: "We burned the midnight oil to meet the deadline."

"Get down to business" – перейти к делу

Example: "Enough small talk—let's get down to business."

"A game-changer" – что-то, что меняет правила игры

Example: "This new software is a real game-changer."

ENGLISH VOCABULARY FOR LOGISTICS

Absolute Minimum Charge — The minimum price a carrier will charge for any given shipment.

Accessibility — The ability of a carrier to provide service for a freight order.

Accessorial Charges — Fees added to a freight bill for additional services that the carrier might provide. These are a la carte, or per service, and outside of standard shipping and receiving. Things like liftgate requirements, redeliveries, and reclassifications are typical accessorial charges.

Account-Specific Pricing — Customer-specific pricing, or account-specific pricing, refers to an agreement between a vendor moving product and a carrier or 3PL

that establishes custom prices. Shippers who move volume above a certain threshold are eligible for a discounted rate because they give the carrier guaranteed business.

Advanced Planning and Scheduling (APS) — Critical supply chain planning that also accounts for production schedules. Typically, it accounts for the planning of demand, production, distribution, and transportation.

Agile — The concept of having a flexible supply chain that allows for quick order fulfillment with short lead times and varying volume.

Air Freight — Transportation of products via air transportation methods.

Application Programming Interface (API) — A digital program that allows for data exchange between two or more applications via the cloud.

ATA — Actual time of arrival

ATD — Actual time of departure

Audit — In logistics, an audit refers to the process of examining, adjusting, and verifying freight bills for accuracy.

Backhaul — Refers to a truck's return trip to the original destination with either a partial or full load.

Benchmark — In logistics, benchmarks refer to KPI thresholds set by an organization to measure supply chain performance.

Billing — A process typically performed by the carrier that determines the total charges for a completed order.

Bill of Lading (BOL) — A legally binding document between a shipper and carrier that details all the information needed to process a freight shipment.

BOL Number — The number established by the carrier that refers to a specific BOL.

Cab Extender — A piece of equipment used to seal the gap between cab and trailer.

Capacity — In trucking, the term refers to available trucks in any given market. Conceptually speaking, tight capacity translates into a more difficult market that is more challenging to find a carrier willing to complete an order. Conversely, loose capacity translates into an easier environment that is easier to find a carrier.

Cargo — Product carried during transportation.

Carmack Amendment — The piece of legislation that establishes carrier liability and BOL provisions.

Carriage — In maritime shipping, carriage refers to the movement of cargo on a vessel after loading and before unloading.

Chargeable Weight — A shipment's weight that is used to determining freight pricing. It may be the dimensional weight of the shipment.

Claim — In freight, shippers can retroactively charge carriers for damages or loss to transported products.

Class (Freight Class) — A group of commodities that are bunched together under a specific category, based on similar dimensions or other attributes. Every commodity has both a freight class and a NMFC code.

Class Rates — The rate charged for hauling products at a given class.

Co-Packer — A contracted partner that packages and labels products on behalf of its client.

Co-Manufacturer (Co-Man) — A third-party partner that produces goods from raw materials or semi-finished materials on behalf of its client.

Collect Shipping — A type of billing that charges the consignee with freight costs rather than the consignor.

Commodity — Any item that is commercially exchanged.

Common Carrier (Carrier) — The person or company that is responsible for transporting goods.

Compliance — In retail logistics, the term that refers to the regulations set by retailers for delivery of goods into their supply chain.

Consignee — The receiver of transported products.

Consignment — A freight order transported by a carrier.

Consignor — The originator of shipped products. Also referred to as the shipper. Typically, the entity that sold the product.

Consolidation — The combination of multiple shipments on a single order or shipment. This process is most commonly used to lower transportation costs or improve supply chain performance.

Container — A large box used to transport freight via maritime shipping methods.

Container ID — The identification number assigned by the carrier to a given container.

Container Yard — The area that stows containers following their arrival at port. Carriers pick-up cargo from these designated spaces.

Contract Carrier — Carriers hired by shippers on a contract basis.

Contract Rates — The rate at which a shipper and carrier agree upon in advance on a given lane. These are rarely upheld as rates fluctuate with market demand and capacity.

Cross-Docking — The process of unloading product at a receiving facility and reloading it on another truck to complete shipment with very little to no storage in between.

Cumulative Lead Time — The total time needed to source material, produce goods, and ship a product to its destination.

Customer Pick-Up (CPU) — The retailer is responsible for arranging the transportation of the freight from the shipper to their store or distribution center.

Customs Broker — A third-party entity that assists vendors to deal with import or export customs.

Dashboard — In the tech aspect of logistics, a singular spot on a website or application where an abundance of information is displayed.

Deadhead — Refers to the empty miles traveled without a load in a trailer.

Dead on Arrival — In logistics, the term used to describe product that is damaged upon delivery to its destination.

Declared Value for Carriage — The value of goods according to the shipper. This amount is declared on a BOL.

Delivery Appointment — The agreed-upon time of arrival for a transported order.

Demurrage — Additional charges incurred when freight is unloading past its specified time. Used in rail and maritime transport.

Density — A product's pounds per cubic foot. The metric is used to establish pricing for a transported order.

Detention — The amount of time a carrier is held at a receiving location beyond a specified loading or unloading appointment. Typically, detention results in a charge to the consignor.

Dispatch — The office in charge of allocating assets to haul shipments.

Distributor — A third-party that purchases products to resell to a retailer.

Distribution Center — A specialized warehouse that serves as a hub to store finished goods. Those goods will then be redistributed to retailers, wholesalers, or directly to consumers.

Drayage — The pick-up of the contents of a container from a yard by a carrier.

Drop Trailer — The process of leaving a trailer at a receiving location to be reloaded at another time.

Dunnage — Packing material used to protect goods from damage during transport.

EDI Exchange — Communication between two businesses via a structured set of messages. EDI is used to exchange information and documents like purchase orders and invoices.

Exception Rate — A situation in which a rate does not follow the set class rate.

Expedited Shipment — The rapid delivery of a product from its origin to its destination.

First-In, First-Out (FIFO) — An inventory management strategy that requires product to be used in chronological order from its arrival to a facility.

Flatbed — A type of trailer that has no enclosed area.

Flexibility — The ability of a supply chain to react quickly and efficiently to changing customer demands.

Free on Board (FOB) — Used to decide who is liable for goods that are damaged during shipment.

For-Hire Carrier — A carrier that provides transportation services on a transactional basis.

Freight — An order that is transported from origin to destination.

Freight-All-Kinds (FAK) — Pricing strategy that bundles multiple freight classes into a single class.

Freight Bill — The invoice for a carrier shipment.

Fuel Surcharge (FSC) — Additional fee for fuel that is sometimes added as a line item on invoices when a carrier lines this charge out separately from their base rate.

Full Truckload (FTL) — A shipment on which an entire trailer is filled with product.

Gross Weight — The total weight of a truck, trailer, its cargo, the driver, and any potential passengers.

Handling Costs — The cost of moving or transferring inventory.

Inbound Logistics — Refers to the transportation and storage of incoming goods into your supply chain.

Intermodal Transportation — The transportation of freight by two or more modes i.e., using rail shipping and over-the-road shipping for a singular shipment.

Joint Rate — A rate of a route that requires two or more different carriers to transport shipment.

Just in Time (JIT) — An inventory control system that requires materials to arrive just in time for use.

Key Performance Indicator (KPI) — In logistics, KPIs are critical metrics that highlight the performance of your supply chain.

Landed Costs — The cost of product combined with additional logistics costs.

Lead Time — The time between an order being placed and the time it needs to be shipped.

Less-Than-Truckload (LTL) — A shipment mode that consolidates several smaller shipments on a single truck.

Line-Haul Shipment — An order that ships over 150 miles between two cities.

Load Tender — Also called a pick-up request. Simply put, it is a shipment offer to a carrier.

Lumper Fee — The cost associated with a driver assisting in the loading or unloading of their trailer.

Market Demand — In trucking, this refers to the need for freight services.

Mileage Rate — A rate that is determined by the number of miles an order is shipped.

Must-Arrive By Date (MABD) — The date set by retailers that specifies when a vendor must have a product delivered to their receiving facilities.

National Motor Freight Classification (NMFC) — A tariff that puts all products that can be hauled as freight into 18 different classes, numbered 50 to 500. Every commodity has both a freight class and a NMFC code.

Network Analysis — The careful analysis of a logistics network. They are designed to analyze warehousing, transportation, and other means of distribution.

On-Time In-Full (OTIF) — A standard by which retailers' grade a supplier's ability to have product delivered to their distribution centers within prescribed delivery windows and at full quantities ordered.

Order — A shipment of goods.

Outbound Logistics — Moving product from your production facilities to the end-user.

Outsource — The process of using a third-party to complete functions that were previously performed in-house.

Over-the-Road (OTR) — The transportation mode that involves long-distance moves via a truck.

Owner/Operator — A driver who owns their own truck and trailer.

Packing List — A document that specifies the quantity and location of each item in a package.

Pallet — The platform that product is stacked and wrapped on for transportation.

Parcel Shipment — The shipment of one or several small packages not on a pallet.

Per Diem — The rate a railroad pays another to use its cars.

Pick and Pack — Refers to the process of picking product and then immediately packing it into shipping containers.

Pool Distribution — A shipping strategy that stocks multiple vendors' orders in an optimally located warehouse before sending out shipments via shortened LTL delivery methods.

Port of Discharge — The port where an order is unloaded.

Port of Entry — A maritime entry for goods into a country.

Port of Loading — The port where cargo is loaded onto a vessel.

Prepaid — A freight billing method in which the shipper pays transportation costs.

Proof of Delivery (POD) — Documented information supplied by the carrier that specifies who signed for the shipment, when it arrived, and any other information.

Purchase Order (PO) — A document that specifies the details of a transaction between buyer and supplier.

Real-Time — In logistics, this term refers to a shipper's ability to track an order as it progresses from origin to destination.

Receiving — The physical receipt of a transported order.

Receiving Dock — At a receiver's facility, the dock is the place where goods are unloaded.

Refrigerated Carrier — A truckload or LTL carrier that has the capability to transport temp-sensitive product in a refrigerated trailer.

Request for Proposal (RFP) — Refers to the process of bidding your freight lanes out to transportation providers for an upcoming period of time.

Request for Quote (RFQ) — Another term for a transportation RFP.

Retail Buyer — A person who purchases products from vendors on behalf of a retail outlet.

Retailer — A business that buys products from suppliers to sell to end-users.

Routing Guide — The process in which a shipper determines which carrier will move a product based on completed RFPs.

Scalability — How quickly a supplier can increase productivity to meet rising demand.

Scorecard — A tool used by retailers to grade their suppliers' ability to deliver product on-time and in-full.

Shipper — The originator of a shipment.

Shipping Lane — The route on which a carrier transports a product between origin and destination.

Short Shipment — An order which is incomplete or missing agreed-upon parts.

Spot Market — The trucking market that exists for shipments with little lead time or notice.

Spot Market Rates — Rates at the present moment in the market.

Supplier — A seller of goods.

Supply Chain Visibility — Refers to the ability to identify and isolate key metrics within the supply chain.

Tariff — Taxes assessed by a government on goods leaving or entering a country.

Tender — A formal request for transportation services.

Tender Rejection — A situation that occurs when a carrier rejects a shipper's tender forcing them to find an alternative carrier.

Third-Party Logistics Provider — A third-party firm that provides logistics services for customers.

Traceability — In shipping, this term refers to real-time or close to real-time location tracking.

Track and Trace — Following a shipment's movement from origin to destination.

Trailer Drop — Occurs when a driver leaves a full trailer at a facility to pick up an empty one.

Transactional — A singularly occurring business relationship that occurs only on an at-need basis.

Transportation Management System (TMS) — An application that allows users to perform the activities needed to complete key logistics planning and processes.

Transportation Mode — The method by which goods are transported.

True Logistics Partner — Refers to a logistics relationship that goes beyond transactional services to a deeper, more consultative approach.

Value-Added Partner — A strategic partner that creates value for a firm that goes beyond benefits received from a transaction.

Velocity — The rate at which product move through a warehouse.

Vendor — A company that manufactures or distributes an item.

Visibility — Access to key data within the supply chain.

Warehouse Network — Refers to a vendor's chain of warehousing locations throughout a given geographic area.

A LIST OF ABBREVIATIONS

ABC – activity based costing

AOL – an American multinational mass media corporation based in New York City

AS – automated storage

BAT – the Bloomberg Aptitude Test – is an aptitude test owned, published, and developed by Bloomberg Institute – an educational division of Bloomberg LP. It is used by employers in the business world to evaluate employment candidates. (Bloomberg L.P. is a privately held financial software, data and media company headquartered in New York City).

BBN Communications (formerly Bolt, Beranek and Newman) – a technology company in Cambridge, Massachusetts.

B2B – business-to-business – is commerce transactions between businesses, such as between a manufacturer and a wholesaler, or between a wholesaler and a retailer.

B2C – business-to-consumer – is a transaction that occurs between a company and a consumer, as opposed to a transaction between companies. The term may also describe a company that provides goods or services for consumers.

CL – carload

CTL – a British computer manufacturer of the 1970s and 1980s.

DC – distribution centre

DEL – Dell Inc. – is an American privately owned multinational computer technology company based in Round Rock, Texas, United States, that develops, sells, repairs and supports computers and related products and services. Bearing the name of its founder, Michael Dell, the company is one of the largest technological corporations in the world, employing more than 103,300 people worldwide

DHL – a division of the German logistics company Deutsche Post DHL providing international express mail services

DVD – (digital versatile disc or digital video disc) is a digital optical disc storage format, invented and developed by Philips, Sony, Toshiba, and Panasonic in 1995.

EDI – electronic data interchange

EFT – electronic fund transfer

EPOS – electronic point-of-sales data

EU – the European Union – is a politico-economic union of 28 member states that are located in Europe.

Exel – a spreadsheet application by Microsoft Corporation.

FedEx – FedEx Corporation – is an American global courier delivery services company headquartered in Memphis, Tennessee. The name “FedEx” is a syllabic abbreviation of the name of the company's original air division, Federal Express, which was used from 1973 until 2000.

GATX – an equipment finance company based in Chicago, Illinois. Founded in 1898, GATX’s primary activities consist of railcar operating leasing in North America and Europe. In addition, GATX leases locomotives in North America, and also has significant investments in industrial equipment and marine assets, including ownership of the American Steamship Company, which operates on the Great Lakes.

GDP – Gross Domestic Product – is defined by the Organization for Economic Co-operation and Development as "an aggregate measure of production equal to the sum of the gross values added of all resident, institutional units engaged in production (plus any taxes, and minus any subsidies, on products not included in the value of their outputs)

GKN – GKN plc – is a British multinational automotive and aerospace components company headquartered in Redditch, Worcestershire.

HGV – heavy goods vehicle – a truck category

IBS – IBS Software Services is an Indian multinational IT solutions provider to the Travel Transportation and Logistics (TTL) industry. The company is headquartered at Technopark, Trivandrum India.

IRS – The Internal Revenue Service – the revenue service of the United States federal government. The government agency is a bureau of the Department of the Treasury, and is under the immediate direction of the Commissioner of Internal Revenue. The IRS is responsible for collecting taxes and the administration of the Internal Revenue Code. It has also overseen various benefit programs, and enforces portions of the Affordable Care Act.

ISO 9002 – model for quality assurance in production, installation and servicing

JIT – just in time – is a methodology aimed primarily at reducing flow times within production as well as response times from suppliers and to customers.

PC – personal computer – is a general-purpose computer whose size, capabilities and original sale price make it useful for individuals, and is intended to be operated directly by an end-user with no intervening computer operator

PRISM Team Services – is a clandestine surveillance program under which the United States National Security Agency (NSA) collects internet communications from at least nine major US internet companies.

RF – radio frequency

ROA – return on assets – shows the percentage of how profitable a company's assets are in generating revenue.

Ryder Integrated Logistics – a popular truck rental and leasing company for companies’ distribution and supply chain efforts.

RSs – retrieval systems

RSVP – request for response (French: *répondez s’il vous plaît*)

TL – truckload

UK – the United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland, commonly known as the United Kingdom or Britain, is a sovereign state in Europe.

UPS – United Parcel Service, Inc. – is the world's largest package delivery company and a provider of supply chain management solutions

US – the United States of America, commonly referred to as the United States or America, is a federal republic consisting of 50 states and a federal district.

4.1.2. ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК

DICTIONNAIRE ECONOMIQUE FRANÇAIS-RUSSE

A

Accélérateur: relation qui établit que l'investissement est une fonction croissante de la consommation.

Actif: ensemble des biens matériels et immatériels détenus par un agent économique.

Exemple: un bien d'équipement ou les actions d'une autre entreprise.

Action: titre représentant une partie du capital d'une entreprise. Elle confère à son détenteur un droit de propriété sur une partie du capital et un droit de vote dans la gestion de l'entreprise.

Activité économique: ensemble des actes que doivent accomplir les hommes pour satisfaire leurs besoins à partir de la production et de l'échange de biens et services.

Actualisation: méthode qui consiste à exprimer la valeur d'une somme monétaire future en un équivalent actuel. Si je possède dix francs aujourd'hui, pour que j'accepte de l'échanger contre une somme dans un an, il faudra que l'on me propose plus que dix francs en échange. En effet, l'impatience, l'inflation, le coût d'opportunité de l'utilisation de cette somme pendant un an etc. me pousse à demander plus que la somme initiale (dix francs).

Agent économique: désigne les personnes physiques ou morales qui participent à l'activité économique.

Agent représentatif: en théorie économique, représente l'hypothèse selon laquelle l'économie serait formée d'agents identiques par leurs préférences ou leur fonctions de production. Il est suffisant alors de ne s'intéresser qu'au comportement d'un seul de ces agents pour comprendre le fonctionnement de l'économie dans son ensemble.

Amortissement: en économie, mesure la perte de valeur subie par un stock de capital. Cette perte provient soit de son usure physique, soit de son obsolescence.

Anticipation: hypothèse subjective concernant l'évolution future d'une variable donnée permettant de fonder des prévisions en vue d'une action future.

Appréciation: en régime de changes flexibles, désigne la hausse du cours d'une monnaie.

Asymétrie d'information: situation dans laquelle les participants à un marché ne possèdent pas tous la même information sur les produits, les risques, les préférences des autres agents etc., certains étant mieux informés que d'autres.

Autofinancement: Financement (des investissements) fait à partir des ressources propres de l'entreprise, c'est à dire sans faire appel à l'emprunt (bancaire ou obligataire) ou à la bourse (augmentation de capital).

B

Balance commerciale: compte récapitulant les importations et les exportations de biens d'un pays.

Balance des capitaux: compte récapitulant les entrées et sorties de capitaux d'un pays.

Balance des invisibles: compte récapitulant les exportations et importations de services et de revenus d'un pays.

Balance des paiements: compte retraçant l'ensemble des échanges d'un pays.

Balance des transactions courantes: compte récapitulant les opérations de la balance commerciale et de la balance des invisibles.

Banque: organisme financier qui concentre les moyens de paiement, assure la distribution du crédit, le change, les opérations de tenue des marchés et l'émission de billets de banque. En général, cette dernière fonction est assurée par une seule banque dans le pays : la Banque Centrale.

Base monétaire: monnaie centrale. Elle comprend les billets et pièces ainsi que les réserves des banques de second rang auprès de la Banque Centrale. Voir aussi multiplicateur de la base monétaire et diviseur de la base monétaire.

Besoin: sentiment de privation qui porte à désirer un bien ou un service. La satisfaction des besoins est le but de l'activité économique. Ce but n'est jamais complètement atteint. On suppose en économie que les besoins des hommes sont infinis et les ressources pour les satisfaire insuffisantes.

Bien collectif: ou bien public. Un bien est un bien public si :

- il est non-exclusif. On ne peut en empêcher sa consommation en faisant payer un prix à celui qui le consomme (exemple : l'éclairage public).

- il est non-rival. Le fait que plusieurs individus le consomment en même temps ne retire pas d'utilité à l'un d'entre eux (exemple : un feu d'artifice).

Il existe également des biens dits mixtes, qui respectent une seule de ces deux conditions

Bien économique: Tout moyen capable de satisfaire un besoin. Il existe une infinité de biens économiques différents. En effet, un bien se caractérise non seulement par ses caractéristiques physiques, mais également par sa localisation et sa date de disponibilité.

Exemple: une glace au chocolat n'est pas le même bien si vous en disposez au pôle Nord ou en Afrique.

Biens complémentaires et biens substituables: deux biens sont complémentaires si leur utilisation conjointe permet de satisfaire un besoin. Exemple : un stylo et du papier. Deux biens sont substituables s'ils satisfont le même besoin ou des besoins proches.

Exemple: l'automobile et le train.

C

Capital: Très complexe à définir. Revêt de nombreux sens. En première approche, il s'agit de tout actif susceptible de procurer un revenu. Dans une optique productive, il s'agit d'un des facteurs de production (aux côtés du travail), un bien utilisé dans la production d'autres biens. Par extension, on parle du capital pour désigner l'ensemble des biens de ce type. Cette approche a mené à une querelle entre les auteurs néoclassiques (Solow, Samuelson) et les auteurs postkeynésiens (Robinson) dans le cadre des recherches sur la croissance. Chez Marx, c'est le caractère structurant du capital qui importe, le fait qu'il crée une division en classes de la société entre ceux qui détiennent les moyens de production et ceux qui n'ont que leur travail pour vivre (les prolétaires).

Capital humain: aptitude des individus à s'insérer dans un processus productif. Il comprend pour l'essentiel l'éducation et la santé.

Capitalisme: système économique utilisant le capital comme facteur de production et basé sur son accumulation. Il suppose en général la propriété privée du

capital.

Capitaux flottants: désigne au niveau international les capitaux qui s'investissent d'une place financière à l'autre en fonction des événements conjoncturels.

Chocs d'offre, chocs de demande: désigne une hausse ou baisse inattendue de la production (par l'intermédiaire d'une hausse de la productivité) ou de la demande.

Exemple: les chocs pétroliers ont constitué des chocs d'offre négatifs en augmentant les coûts de production, diminuant la productivité et la production.

Chômage: état d'un travailleur sans emploi, à la recherche effective d'un emploi et disponible pour occuper un emploi.

Coefficient de capital: rapport entre la valeur du capital utilisé dans la production et la valeur de la production. $v = K / Y$

Concurrence imparfaite: se définit par opposition à la concurrence parfaite. Un marché se caractérise par une structure de concurrence imparfaite si l'un des principes de la concurrence pure et parfaite est violé de manière significative. Cela aboutit à des structures de type monopolistique, oligopolistique, de concurrence monopolistique etc.

Concurrence parfaite: structure de marché de référence en économie qui se caractérise par les quatre conditions suivantes:

- l'atomicité: un grand nombre d'offreurs et de demandeurs se rencontrent sur ce marché, de sorte qu'aucun agent ne peut avoir d'influence, par son seul comportement, sur les prix du marché;

- l'homogénéité: tous les biens offerts sont strictement identiques ;

- l'information parfaite: chaque participant au marché peut connaître toutes les informations susceptibles de lui être utiles pour opérer les échanges les plus avantageux possibles ;

- la libre entrée et libre sortie: chacun peut à tout moment choisir de participer ou non au marché.

Consommation: emploi d'un bien ou d'un service en vue soit de sa transformation dans la production (consommation intermédiaire) soit de la satisfaction d'un besoin (consommation finale) impliquant la destruction immédiate ou progressive de ce bien.

Contrat à terme: Contrat précisant les conditions d'un échange qui aura lieu ultérieurement aux conditions précisées aujourd'hui. Exemple : vente de 500 dollars contre 495 euros dans 3 mois.

Coût d'opportunité: gain qu'entraînerait un emploi différent d'une ressource économique.

Exemple: l'investissement en éducation entraîne un coût d'opportunité courant qui peut s'évaluer par le salaire que toucherait l'individu en travaillant immédiatement.

Coût d'usage du capital: exprime les coûts engendrés par l'utilisation du capital. Il comprend principalement le taux d'intérêt et le coût de la dépréciation du capital.

Coût marginal: coût de la production d'une unité supplémentaire.

Coût moyen: coût de production total divisé par le nombre d'unités produites. Il représente le coût unitaire.

Crise économique: retournement brutal de la conjoncture se traduisant par un excès d'offre immédiatement suivie par une contraction de l'activité économique.

Croissance: augmentation sur une longue période du produit national par tête.

Cycle: fluctuations régulières de fréquences périodiques et d'amplitude relativement fixe de l'activité économique.

Le cycle comprend quatre phases:

- l’expansion;
- la crise;
- la contraction;
- la reprise.

Cycle de vie (hypothèse du): relatif à la théorie du cycle de vie de Franco Modigliani. Pour Modigliani, l’individu choisit sa consommation en fonction de l’évolution prévue de sa richesse tout au long de sa vie (son cycle de vie). Voir la question-réponse consacrée à ce point.

D

Demande effective: dans la terminologie keynésienne, désigne la demande globale perçue (anticipée) par les entrepreneurs, à partir de laquelle ils prennent leurs décisions de production et d’emploi.

Demande globale: somme des demandes individuelles sur un marché (voire pour toute l’économie, en macroéconomie).

Demande nette: synonyme d’excès de demande, c’est la différence entre la demande globale et l’offre globale.

Défaillances du marché: situation dans laquelle l’efficacité maximale ne peut être atteinte par les mécanismes du marché, notamment en présence d’une situation de monopole ou d’oligopole, d’effets externes ou de biens publics.

Déflation: diminution générale et durable du niveau général des prix.

Dépression: conjoncture caractérisée, baisse de l’offre globale (mesurée en pratique par le PIB).

Dépréciation: en changes flexibles, baisse de la valeur d’une monnaie par rapport aux autres, par le jeu de l’offre et de la demande sur le marché des changes.

Dévaluation: en changes fixes, décision d’un gouvernement de diminuer la valeur de sa monnaie par rapport aux autres monnaies.

Diviseur monétaire: relation qui détermine la création monétaire dans une économie d’endettement. La base monétaire est déterminée par la quantité de crédit octroyée par les banques (qui se retournent ensuite vers la Banque Centrale pour leur refinancement, d’où la variation de la base monétaire). L’offre de monnaie est exogène. Cette relation est : $dB = 1 / k \, dCr$. Avec B la base monétaire, k le multiplicateur de crédit, $1 / k$ le diviseur et Cr le crédit distribué par les banques. Voir aussi multiplicateur monétaire.

Duopole: situation de marché de concurrence imparfaite caractérisée par la présence de deux offreurs face à un grand nombre de demandeurs.

E

Economie: selon Jean-Baptiste Say, il s’agit de la science qui étudie la production, la répartition, la distribution et la consommation des richesses dans la société.

Selon Lionel Robbins, l’économie est la science qui étudie les comportements humains en tant que relation entre les fins et les moyens rares à usages alternatifs.

D’un point de vue sémantique, l’Economie a pour particularité de porter le même nom que son objet d’étude.

Economie de marché: économie caractérisée par:

- la propriété privée des moyens de production;
- la recherche légitimée de l’intérêt personnel;
- l’allocation des ressources est guidée par les mécanismes de prix.

On peut ajouter que la décentralisation des échanges est assurée par l'utilisation de la monnaie, quoique le troc est une forme possible d'économie de marché.

Effet de substitution et effet de revenu: dans une situation où le prix d'un bien A diminue par rapport à celui d'un autre bien B, deux réactions sont possibles pour un consommateur:

- il peut choisir de consommer plus de A qui est devenu moins cher. On dit que l'effet substitution l'emporte;

- il peut consommer autant de A (ce qui lui coûte moins cher qu'avant) et utiliser les économies réalisées à consommer plus de B. On dit que l'effet revenu l'emporte.

Le choix dépendra de la fonction d'utilité du consommateur, qui représente ses préférences en termes de quantités de A et B consommées.

Elasticité: mesure la variation relative d'une variable en fonction de la variation relative d'une autre variable.

Exemple: l'élasticité de la demande d'un bien par rapport à son prix, exprime de combien de pour cent la demande diminue lorsque le prix augmente de un pour cent. Mathématiquement, l'élasticité de x par rapport à y s'écrit: $e(x/y) = (dx / x) / (dy / y)$

Encadrement du crédit: instrument de politique monétaire qui consiste pour les autorités monétaires à définir de manière réglementaire le volume de crédit qui sera émis par les banques. C'est une pratique qui n'est plus employée aujourd'hui.

Entrepreneur (Schumpeterien): personnage central dans la théorie de la croissance de Joseph Schumpeter. Schumpeter distingue deux types d'entrepreneurs.

L'entrepreneur innovateur est un individu qui crée des innovations (donc prend des risques) dans le but de s'octroyer une rente de monopole. L'entrepreneur imitateur est celui qui imite l'innovateur et accroît la production des biens issus de l'innovation.

Selon Schumpeter, c'est le comportement de recherche de rente des entrepreneurs innovateurs qui permet à l'économie de sortir des phases de stagnation par la création de nouvelles innovations qui engendrent des périodes de croissance.

Entreprise: unité économique autonome combinant divers facteurs de production, produisant pour la vente des biens et des services et distribuant des revenus en contrepartie de l'utilisation des facteurs.

L'entreprise est généralement associée, à juste titre, au motif de profit. Mais dans la réalité (entreprises publiques), comme dans la théorie (théories de l'entreprise managériale, par exemple), le motif du profit n'est pas une constante de la définition de l'entreprise.

Epargne: on peut en donner plusieurs définitions:

- partie du revenu qui n'est pas consacré à la consommation immédiate ;
- renoncement à la consommation ou abstinence, d'où l'intérêt reçu.
- excès du revenu sur la dépense de consommation. L'épargne est un résidu, un phénomène passif, pas un acte volontaire dans le but de l'abstinence. C'est la définition de John Maynard Keynes.

Equilibre économique: concept central en économie. Il s'agit d'exprimer la réalisation d'un état stationnaire (qui ne change pas) au niveau de l'optimum d'un agent (consommateur ou producteur), d'un marché (égalité offre / demande) ou d'une économie (égalité offre / demande sur tous les marchés).

Expansion: phase du cycle économique durant laquelle la production croît.

Externalité: synonyme d'effet externe.

Facteurs de production: éléments dont la combinaison permet la production. On retient en général deux types de facteurs : le capital (auquel on adjoint parfois la terre) et le travail.

Fonction de demande: relation entre la quantité d'un bien demandée et son prix, le prix des autres biens et le revenu d'un consommateur.

Fonction de production: relation entre la quantité produite d'un bien et les quantités des différents facteurs nécessaires à l'obtention du bien. Mathématiquement: $Y = F(K, L)$. Avec Y la production, K le capital utilisé, L le travail utilisé.

G

Globalisation: phénomène d'internationalisation des transactions commerciales et financières qui se caractérise par le jeu d'acteurs qui conçoivent leur activité et la recherche de l'efficacité au niveau mondial.

H

Homogénéité des produits: voir concurrence parfaite.

Hyperinflation: inflation très élevée et dont le rythme s'amplifie généralement toujours au cours du temps.

I

Illusion monétaire: appréciation erronée de l'évolution des variables réelles suite à la hausse ou la baisse des variables nominales.

Exemple: il y a illusion monétaire lorsque l'inflation est de 5%, que les salaires augmentent de 5% et que les travailleurs pensent que leur revenu réel a augmenté.

Impôt/Taxe Tobin: impôt proposé par James Tobin dont le principe est de taxer les flux de capitaux pour réduire les mouvements spéculatifs. En taxant à 0,5 % les flux de capitaux, il estime que l'on pourrait à la fois décourager les mouvements purement spéculatifs, ne pas empêcher les réalignements de parité fondés sur les fondamentaux de l'économie et ne pas dissuader les mouvements de capitaux liés aux échanges commerciaux ou à des investissements productifs (dont l'échéance lointaine rendrait négligeable l'impôt sur le mouvement de capitaux initial).

Incertitude: état dans lequel il est impossible à un agent de formuler des prévisions sur le futur car il ne connaît pas la probabilité d'occurrence d'un événement et / ou il ne connaît pas la totalité des événements possibles dans le futur. Distinct du risque.

Indexation: méthode consistant à faire évoluer contractuellement un revenu en fonction de l'évolution d'une autre variable.

Exemple: jusqu'au milieu des années 80, les salaires étaient indexés en France sur le taux d'inflation.

Indice des prix à la consommation : instrument pour mesurer l'évolution de l'ensemble des prix à la consommation. En économie, lorsqu'on parle du niveau général des prix, c'est à cet indice que l'on se réfère. Son principe de construction est le suivant: c'est une moyenne pondérée des prix des biens les plus consommés, chaque prix étant pondéré par l'importance relative du bien dans la consommation globale.

Inflation: hausse continue du niveau général des prix.

Intermédiation: mise en relation d'offreurs et de demandeurs sur un marché par un tiers.

Exemple: les banques collectent l'épargne de leur clients, la placent sur le marché

financier. Du côté de l'épargnant comme du côté de l'entreprise financée, le seul interlocuteur est la banque.

Investissement: au sens étroit, acquisition de biens de production en vue de l'exploitation d'une entreprise et de dégager un revenu ou augmentation de la capacité de production. Au sens large, acquisition d'un capital en vue d'en percevoir ou d'en consommer le revenu.

K

Krach: effondrement des cours boursiers apparaissant souvent à la suite de mouvements spéculatifs.

L

Libéralisme: pas forcément simple à définir. Doctrine économique qui prône la libre concurrence et qui s'oppose donc tant à l'intervention de l'Etat qu'à la constitution de monopoles ou d'oligopoles privés. Cette doctrine est fondée sur la conviction qu'il existe un ordre économique naturel réalisé par des mécanismes d'ajustement qui ne peuvent jouer que dans le libre jeu des initiatives individuelles sur des marchés.

Libre-échange: situation dans laquelle les flux économiques internationaux sont libres. Par extension, doctrine de l'échange international qui stipule que chaque pays participant à l'échange international a intérêt à n'opposer aucune contrainte aux flux économiques (biens, services, facteurs de production) entre pays. Le libre-échange améliorant la situation de tous. C'est une extension du libéralisme à l'ensemble des économies nationales.

Liquidité: propriété d'un bien à être utilisé plus ou moins rapidement dans un emploi donné.

Exemple: la monnaie est l'actif liquide par nature pour opérer des transactions. Les liquidités d'une économie sont la somme des moyens de paiement disponibles dans cette économie.

M

Macroéconomie: branche de l'économie qui étudie les mécanismes économiques du point de vue de grandeurs et de groupes d'agents agrégés. La macroéconomie a pour but de construire des fonctions de comportement globales *ad hoc* où à partir d'hypothèses concernant l'agrégation de comportement microéconomiques et d'en déduire des mécanismes explicatifs du fonctionnement de l'économie dans son ensemble.

Marché: lieu de rencontre d'une offre et d'une demande, duquel émerge un prix pour le bien échangé. Le marché désigne aussi en économie l'économie de marché dans son ensemble en tant que système économique autorégulé et en tant qu'institution. Voir économie de marché.

Marché à terme: marché sur lequel les échangeurs s'entendent par avance pour la livraison future d'un bien, service ou titre à un prix fixé par avance. Voir contrat à terme.

Marché à terme: marché où s'échangent les devises. Ce n'est pas un marché réellement localisé, c'est un réseau entre les cambistes des banques du monde entier. Les échanges se font à l'aide des instruments de télécommunications.

Marché financier: marché de la monnaie et des capitaux à long terme.

Marché monétaire: marché de l'argent à court terme où les intervenants

formulent des demandes et des offres de liquidité pour de courtes périodes. Longtemps réservé en France aux seules institutions financières, il est ouvert aux autres agents depuis les années 80.

Microéconomie: branche de l'économie qui s'applique à expliquer, sur la base de l'hypothèse de rationalité, le comportement d'agents isolés et d'en déduire les conditions de l'équilibre général walrasien.

Modèle économique: représentation simplifiée de la réalité économique ayant pour but de mettre en relation les variables significatives pour la compréhension des mécanismes économiques.

Monnaie: la monnaie peut se définir par les fonctions qu'elle remplit. Elles sont au nombre de trois:

- unité de compte (numéraire);
- instrument des échanges;
- réserve de valeur.

Une bonne monnaie est celle qui remplit bien ces trois fonctions, les deux dernières étant les plus importantes.

Monnaie fiduciaire: billets de banque émis par la Banque Centrale.

Monnaie scripturale: ensemble des dépôts à vue dans les banques. Elle est créée et circule par des écritures, d'où le qualificatif de scripturale.

Monopole: structure de marché dans laquelle un seul offreur est confronté à un grand nombre de demandeurs.

Monopole bilatéral: structure de marché dans laquelle un seul offreur est confronté à un seul demandeur.

Monopsone: structure de marché où un seul demandeur est confronté à un grand nombre d'offreurs.

N

Neutralité de la monnaie: hypothèse des théories classique et néoclassique selon laquelle la monnaie n'aurait pas, au moins à long terme, d'influence sur l'activité réelle. Toute augmentation de la masse monétaire en circulation ayant pour seule conséquence une hausse proportionnelle du niveau général des prix.

Nouvelle économie: concept décrivant une nouvelle forme de fonctionnement de l'économie de marché depuis le milieu des années 1990, ou plus restrictivement, un ensemble d'activités aux caractéristiques de coûts communes, telles que l'informatique, les télécommunications etc. La nouvelle économie se caractérise par un ensemble de chocs technologiques (technologies de l'information et de la communication, biotechnologies), un environnement économique ouvert (globalisation, dérégulations des activités économiques, privatisations et dérégulation des services publics) et des conditions financières nouvelles (disparition de l'inflation, réduction des déficits publics, développement des marchés financiers - dérivés en particulier).

O

Offre: Volume de biens ou de services proposé à la vente sur un marché.

Offre globale: Au niveau macroéconomique, c'est l'agrégation de toutes les offres de biens des différents marchés, sans distinction sur la nature du produit. On parle aussi d'offre agrégée.

Oligopole: structure de marché caractérisée par un petit nombre d'offreurs (supérieur à un) confronté à un grand nombre de demandeurs.

Oligopole bilatéral: structure de marché dans lequel un petit nombre d'offres sont confrontés à un petit nombre de demandeurs.

Oligopsone: structure de marché dans laquelle un petit nombre de demandeurs sont confrontés à un grand nombre d'offres.

Open market: technique d'intervention de la Banque Centrale sur le marché monétaire qui consiste à fournir ou reprendre des liquidités à ce marché en achetant ou vendant des titres. En anglais, open market désigne également le marché monétaire lui-même.

Optimum: Niveau jugé le meilleur dans une optique déterminée. Ou valeur d'une grandeur ou d'un ensemble de grandeurs parmi diverses autres et considérée comme la plus adaptée à la réalisation d'un ou plusieurs objectifs, compte tenu d'un ensemble de contraintes.

Option: produit financier qui représente le droit d'opérer une transaction à une date ultérieure ou non, à des conditions données aujourd'hui.

Exemple: une option (de change) d'achat dollars contre euros à 3 mois, à un taux de 1 dollar contre 1 euro, portant sur 500 dollars, donne le droit, dans 3 mois, d'acheter 500 dollars avec 500 euros dans 3 mois. Une option permet soit de se couvrir contre un risque, soit de spéculer.

P

Politique budgétaire: politique économique conduite au moyen du budget de l'Etat pris globalement, incluant l'action par les recettes et l'action par les dépenses publiques.

Politique commerciale: politique adoptée par une nation, dans le cadre du commerce extérieur et pouvant se traduire par la " libéralisation " des échanges, le contingentement, l'abaissement ou le relèvement des droits de douane, des subventions à l'exportation etc. Le but de ces politiques est de favoriser les exportations nationales.

Politique conjoncturelle: ensemble des actions délibérément adoptées en vue de la régulation de la conjoncture, que ce soit par l'intermédiaire de la politique budgétaire, de la politique monétaire, des revenus etc. On résume ses objectifs par la formule dite du "carré magique": stabilité des prix, plein-emploi, expansion et équilibre extérieur.

Politique des revenus: ensemble d'orientations indicatives et concertées destinées à éviter des hausses de prix et de salaires trop importantes.

Politique économique: action consciente de la puissance publique se traduisant par la définition d'objectifs économiques et sociaux et la mise en oeuvre des moyens nécessaires pour les atteindre.

Politique monétaire: Actions délibérées des autorités monétaires (Banque Centrale) sur la masse monétaire et les actifs financiers en vue de la régulation de l'économie à court et moyen terme. Actuellement, on reconnaît comme objectif principal de la politique monétaire la stabilité des prix.

Pouvoir d'achat: quantité de biens et de services qu'une somme d'argent permet d'acquérir. Le pouvoir d'achat décroît avec l'inflation.

Prix: rapport d'échange entre deux marchandises proposées à l'échange. Un prix est toujours quelque chose de relatif. Lorsqu'il s'agit de prix monétaires, la référence devient la monnaie. Mais on peut toujours l'exprimer dans un autre numéraire.

Prix d'équilibre: prix d'échange qui résulte de l'égalisation de l'offre et de la demande sur un marché.

Prix nominal, prix réel: un prix nominal est un prix exprimé simplement en

unités monétaires. Un prix réel est un prix monétaire rapporté au niveau général des prix.

Exemples: le salaire nominal se note W en économie, le salaire réel W / P où P est le niveau général des prix.

Productivité marginale: il s'agit de la production additionnelle que l'on obtient en utilisant un unité supplémentaire de facteur.

Productivité ou productivité moyenne: rapport entre la production et les facteurs ou certains facteurs qui ont permis de l'obtenir.

Produit Intérieur Brut (PIB): mesure de la production de biens et services d'un pays avec comme critère retenu la production sur le territoire national quel que soit la nationalité des producteurs. Ce qui signifie qu'une filiale à l'étranger d'un groupe français ne contribue pas au PIB français, mais qu'une filiale d'un groupe étranger installée en France y contribue. Voir aussi PNB. Il n'y a pas, à proprement parler d'indicateur idéal (PNB ou PIB), on utilise l'un ou l'autre selon le sujet qui nous intéresse.

Produit National Brut (PNB): mesure de la production de biens et services d'un pays avec comme critère la nationalité des producteurs. Ce qui signifie qu'une filiale à l'étranger d'un groupe français contribue au PNB français, mais qu'une filiale d'un groupe étranger installée en France n'y contribue pas. Voir aussi PIB. Il n'y a pas, à proprement parler d'indicateur idéal (PNB ou PIB), on utilise l'un ou l'autre selon le sujet qui nous intéresse.

Produits dérivés: contrats financiers qui sont basés sur l'évolution du cours d'un actif sous-jacent sans qu'il n'y ait livraison de cet actif à l'échéance. Exemple : un contrat basé sur l'évolution du CAC 40.

Profit: définition courante: excédent des recettes d'une entreprise sur ses coûts de fonctionnement. Définition du profit dit pur en économie: revenu résiduel après que l'entreprise ait rémunéré ses facteurs de production (capital - i.e. actionnaires et prêteurs - et travail). Pour Joseph Schumpeter et Frank Knight, le profit pur serait la rémunération du risque non assurable que prend l'entrepreneur. Le profit est aussi la fonction que le producteur maximise dans la théorie néoclassique.

R

Rareté: caractéristique des biens économiques qui n'existent pas à l'état naturel en quantité illimitée. S'entend de manière plus claire lorsqu'on considère le caractère illimité des besoins humains.

Rationalité: en économie, la rationalité est considérée comme l'attitude des agents qui recherchent le maximum de satisfaction au moindre coût. Cette satisfaction étant soit traduite par une utilité (cas du consommateur néoclassique par exemple), soit par un revenu (cas du profit pour la firme néoclassique par exemple). Pour être quasiment neutre, le principe de rationalité ne doit pas être compris dans une logique où les résultats d'une action rationnelle serait forcément les meilleurs. Un agent peut être rationnel et atteindre une valeur de ses objectifs médiocres. Tout dépend des informations dont il dispose (comme dans la théorie des jeux où le comportement que vont adopter les autres compte au delà de son propre comportement) ou de ses capacités à prendre une décision (exemple de la rationalité limitée de Simon).

Rendement: rapport entre la quantité de produits obtenus et une quantité donnée de facteurs de production, exprimés en unités physiques). Voir aussi productivité.

Rendements d'échelle croissants, constants et décroissants: on dit que les

rendements d'échelle d'une production sont croissants si lorsqu'on multiplie par un même nombre l la quantité de tous les facteurs utilisés dans la production, la production est multipliée par un nombre supérieur à 1. Mathématiquement : une fonction de production est à rendements croissants si elle est homogène de degré supérieur à 1. On dit que les rendements d'échelle d'une production sont constants si lorsqu'on multiplie par un même nombre l la quantité de tous les facteurs utilisés dans la production, la production est multipliée par ce nombre l . Mathématiquement : une fonction de production est à rendements constants si elle est homogène de degré 1. On dit que les rendements d'échelle d'une production sont décroissants si lorsqu'on multiplie par un même nombre la quantité de tous les facteurs utilisés dans la production, la production est multipliée par un nombre inférieur. Mathématiquement : une fonction de production est à rendements décroissants si elle est homogène de degré inférieur à 1. Exemple : la fonction $Y = K L$ est à rendements croissants. En effet, si on multiplie par deux la quantité de facteurs, on obtient $2K \times 2L = 4KL = 4Y$. Or, $4KL > 2Y$.

Rente: surplus de revenu d'un facteur de production provoqué par l'inélasticité de l'offre par rapport à son prix (l'offre est constante), en raison de la non reproductibilité du facteur.

Revenu permanent: dans la théorie du revenu permanent de Milton Friedman, représente l'intérêt de la richesse d'un individu, la partie de cette richesse qui peut être consommée en conservant le patrimoine de l'agent identique. Pour Friedman, la consommation dépend du revenu permanent et non pas du revenu courant, comme c'est le cas chez John Maynard Keynes.

Récession: conjoncture caractérisée par une baisse du taux de croissance de l'activité économique, ce taux restant cependant positif.

Réévaluation: contraire de dévaluation.

Réserves de change: liquidités internationales détenues par les Banques Centrales qui leur permettent d'intervenir sur le marché des changes et de financer les échanges internationaux.

Réserves obligatoires: volume des liquidités que les banques sont contraintes de mettre en dépôt à la Banque Centrale dans le cadre de la politique des réserves obligatoires. En obligeant les banques à laisser une certaine quantité de liquidités inactives, la Banque Centrale les empêche ainsi de créer la monnaie qui correspond à ce volume de base monétaire.

Rigidité: absence de réaction d'une variable au changement d'une autre variable qui est généralement considérée comme déterminante.

Risque: situation dans laquelle les agents connaissent les événements possibles futurs et les probabilités d'occurrence de ces événements possibles.

Exemple: lorsqu'on tire au dés, on sait que l'on peut avoir 1, 2, 3, 4, 5 ou 6, avec pour chacun la probabilité $1/6$.

S

Say (loi de): grosso modo, "loi" qui énonce que toute offre crée automatiquement sa propre demande par les revenus qu'elle crée dans l'économie.

Spéculation: "Achat (ou vente) de marchandises en vue d'une revente (ou d'un rachat) à une date ultérieure, là où le mobile d'une telle action est l'anticipation d'un changement des prix en vigueur, et non un avantage résultant de leur emploi, ou une transformation ou un transfert d'un marché à un autre." (définition de Nicholas Kaldor, 1939).

Stabilisateurs automatiques: mécanisme de dynamisation de l'équilibre budgétaire de l'Etat au cours du cycle économique. En période de croissance, les revenus sont élevés, donc les recettes fiscales le sont aussi. Au sommet de la phase d'expansion, il existe un excédent budgétaire. En période de récession, à l'inverse, les recettes fiscales sont moins importantes. Au plus fort de la récession, il existe un déficit budgétaire. Ainsi, par cycle, le budget ne sera équilibré qu'à un seul moment, mais il est équilibré en moyenne. Ce mécanisme est invoqué pour justifier les politiques économiques prônant d'accepter un déficit budgétaire important en période de récession. Aujourd'hui, les stabilisateurs automatiques jouent encore mais avec un biais dans le sens du déficit.

Stagflation: conjoncture économique caractérisée par une faible croissance et une inflation importante.

Surplus: avantage obtenu par un consommateur ou un producteur du fait d'un prix inférieur (consommateur) ou supérieur (producteur) à ce qu'il était disposé à payer (consommateur) ou à accepter (producteur) pour un produit. La somme des surplus individuels est appelé surplus collectif et est une mesure du bien-être de la collectivité.

T

Taux de change: valeur d'une monnaie nationale exprimée dans une autre monnaie.

Théorie des jeux: branche de l'économie qui étudie les situations où des agents rationnels prennent des décisions stratégiques, c'est à dire en fonction du comportement supposé ou effectif d'un nombre limité d'autres agents.

Titre: document représentant un droit de propriété ou une créance.

Trappe à la liquidité: expression utilisée pour désigner une situation où la demande de monnaie est parfaitement élastique au taux d'intérêt qui est alors à son niveau plancher.

U

Union monétaire: ensemble de régions ou de pays ayant une monnaie commune.

Utilité: reflet de l'importance qu'un individu attache à un bien, compte tenu de son aptitude à satisfaire un besoin économique. L'utilité en économie est un concept important qui permet, entre autres, de déterminer les fonctions de demande des consommateurs.

Utilité collective (fonction d'): fonction d'utilité représentant l'utilité d'une somme d'individus comme un seul. Son intérêt est de permettre à un décideur public de baser ses actions sur la maximisation de cette fonction. La construction d'une telle fonction est problématique lorsque les individus qui constituent la communauté ont des préférences distinctes, car il faut alors déterminer quelle sera la pondération des préférences individuelles dans la fonction collective. John Kenneth Arrow a montré qu'une fonction d'utilité collective qui ne violerait pas les conditions de la rationalité individuelle ne peut être construite que sous des conditions très restrictives. Ces recherches portent le nom de " théorème d'impossibilité d'Arrow-Condorcet ".

Exemple de fonction d'utilité collective: soit une communauté de 3 individus aux préférences représentées par des fonctions d'utilité différentes, U, V, X . Une fonction d'utilité collective (arbitraire) peut s'écrire sous la forme : $W = 0,3 U + 0,5 V + 0,2 X$

V

Variable: grandeur susceptible de prendre différentes valeurs.

Vitesse de circulation de la monnaie: mesure le flux de transactions qu'une masse monétaire donnée permet de financer au cours d'une période donnée.

Z

Zone monétaire: ensemble géographique qui respecte les règles suivantes: - parité fixe entre monnaies des zones de l'ensemble; - convertibilité des monnaies; - harmonisation des réglementations de change. En général, ce regroupement se fait autour d'un pays et de sa monnaie jugée comme référence en termes de stabilité. Il existe des zones monétaires officielles (zone franc, zone sterling) et d'autres informelles (zone dollar, zone mark avant l'euro).

СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ

ACP	Afrique-Caraïbes-Pacifique	страны Африки, Карибского и Тихоокеанского региона
ADEPIC	Aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce	ТРИПС, Торговые аспекты прав на объекты интеллектуальной собственности
AELE	Association européenne de libre-échange	ЕАСТ, Европейская ассоциация свободной торговли
AGCS	Accord général sur le commerce des services	Генеральное соглашение по торговле услугами
ALALC	Association latino-américaine de libre commerce	ЛАФТА, Латиноамериканская ассоциация свободной торговли
ALENA	Accord de libre-échange nord-américain (французский эквивалент английского обозначения: North American Free Trade Agreement, NAFTA)	НАФТА, Североамериканское соглашение о свободной торговле
APEC	La Coopération économique des pays d'Asie-Pacifique	АТЭС, Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество
BIRD	Banque internationale pour la reconstruction et le développement	МБРР, Международный банк реконструкции и развития
BNP	Banque Nationale de Paris	БНП (французский банк)
BP	Compagnie pétrolière britannique (anciennement British Petroleum)	Би Пи, британская нефтегазовая компания
BRICS	Brésil, Russie, Inde, Chine, Afrique du Sud	страны BRICS (Бразилия, Россия, Индия, Китай, Южная Африка)

BTP	bâtiment et travaux publics	строительство и общественные работы (<i>отрасль экономики</i>)
CA	chiffre d'affaires	выручка (<i>компании</i>)
CAC 40	Cotation Assistée en Continu (indice boursier français)	КАК 40, индекс Парижской биржи
CAEM	Conseil d'assistance économique mutuelle	СЭВ, Совет экономической взаимопомощи
CEE	Communauté économique européenne	ЕЭС, Европейское экономическое сообщество, Общий рынок
CEI	Communauté des Etats indépendants	СНГ, Содружество независимых государств
CNUCED	Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement	ЮНКТАД, Конференция ООН по торговле и развитию
COMECON	Conseil d'assistance économique mutuelle (CAEM)	СЭВ, Совет экономической взаимопомощи
CRM	Gestion des relations clients (Customer Relationship Management)	Управление отношениями с клиентами
CRRC	China CRRC Corporation Ltd., (le plus grand constructeur chinois d'équipements de transport ferroviaire)	CRRC, китайская вагоностроительная корпорация
EDF	Electricité de France	ЭДФ, Электрисите де Франс (энергетическая компания Франции)
ENI	Eni S.p.A. (Ente Nazionale Idrocarburi)	Эни, итальянская нефтегазовая компания
FMI	Fonds monétaire international	МВФ, Международный валютный фонд
FMN	firme multinationale	ТНК, транснациональная компания
G 7	Groupe des sept pays les plus industrialisés	Большая семерка
GATT	Accord général sur les tarifs et le commerce (angl. : General agreement on tariffs and trade)	ГАТТ, Генеральное соглашение по тарифам и торговле
GDF Suez SA	Gaz de France Suez SA (Engie)	Французская энергетическая и газовая компания, образовавшаяся в 2008 году от слияния компаний Газ де Франс и Суэц, с 2015 года носит название Энжи
GE	General Electric	Дженерал Электрик, американская корпорация

GM	General Motors	Дженерал Моторс, американская автомобильная корпорация
IAA	industrie agro-alimentaire	агро-промышленный комплекс
INSEE	Institut national de la statistique et des études économiques	Национальный институт статистики и экономических исследований
MERCOSUR	Marché commun du Cône Sud	Меркосур, Общий рынок стран Южной Америки
NCM	négociations commerciales multilatérales	многосторонние торговые переговоры
NPI	nouveaux pays industrialisés	НИС, новые индустриальные страны
NTIC	nouvelles technologies de l'information et de la communication	новые информационные и коммуникационные технологии
OCDE	Organisation de coopération et de développement économiques	ОЭСР, Организация экономического сотрудничества и развития
OMC	Organisation mondiale du commerce	ВТО, Всемирная торговая организация
ONG	organisations non gouvernementales	неправительственные организации
OPEP	Organisation des pays exportateurs de pétrole	ОПЕК, Организация стран экспортеров нефти
PAC	Politique agricole commune	ЕСП, Единая сельскохозяйственная политика (стран ЕС)
PDG	Président-Directeur général	председатель совета директоров и генеральный директор
PECO	pays d'Europe centrale et orientale	ЦВЕ, страны Центральной и Восточной Европы
PI	pays industrialisés	промышленно развитые страны
PIB	produit intérieur brut	ВВП, валовой внутренний продукт
PME	petites et moyennes entreprises	малые и средние предприятия
PNB	produit national brut	ВНП, валовой национальный продукт
PSA	Peugeot Société Anonyme	Пежо, французская автомобильная компания
PVD	pays en (voie de) développement	развивающиеся страны
RATP	Régie autonome des transports parisiens	РАТП, Автономный оператор парижского транспорта
R&D	recherche et développement	НИОКР, научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы

SA	société anonyme	акционерное общество
SARL	société à responsabilité limitée	общество с ограниченной ответственностью
SNC	société en nom collectif	полное товарищество
SNCF	Société nationale des chemins de fer français	СНСФ, Национальная компания железных дорог Франции
SPS	Accord sur l'application des mesures sanitaires et phytosanitaires	Соглашение о применении санитарных и фитосанитарных мер
TIC	technologies de l'information et de la communication	информационные и коммуникационные технологии
TGV	train à grande vitesse	высокоскоростной поезд
TPP	Partenariat Transpacifique	Транстихоокеанское партнерство
TTIP	Partenariat transatlantique de commerce et d'investissement	ТТИП, Трансатлантическое торговое и инвестиционное партнерство
UE	Union européenne	ЕС, Европейский союз

4.2. УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

4.2.1. АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

Учреждение образования
«Брестский государственный технический университет»

Р-1 **2024**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе БрГТУ

М.В. Нерода

28.06 2024

Регистрационный № УД- 24-1-203 /уч.

Деловой иностранный язык (английский)

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине
для специальности:

6-05-04 12 03 Логистика

2024 г.

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта высшего образования ОСВО 6-05-04 12 03 для специальности «Логистика», утвержденного постановлением Министерства образования Республики Беларусь № 24 от 09.02.2022: учебного плана, разработанного на основе типового учебного плана № Е 26-1-004/пр-тип. от 19.05.2021 для специальности «Логистика»; с учетом типовой учебной программы для высших учебных заведений «Иностранный язык» № ТД-СГ.013/тип. от 15.04.2008.

СОСТАВИТЕЛЬ:

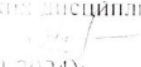
Рахуба В.И., заведующий кафедрой лингвистических дисциплин и межкультурных коммуникаций, кандидат филологических наук, доцент.

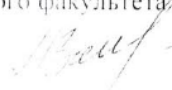
РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Сальникова Е.Г., заведующий кафедрой английской филологии учреждения образования «Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина, кандидат филологических наук, доцент.

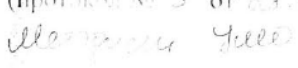
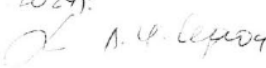
Резько П.Н., доцент кафедры лингвистических дисциплин и межкультурных коммуникаций учреждения образования «Брестский государственный технический университет, кандидат филологических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой лингвистических дисциплин и межкультурных коммуникаций
Заведующий кафедрой  В.И. Рахуба
(протокол № 8 от 26.04.2024);

Методической комиссией экономического факультета
Председатель методической комиссии  Л.А. Захарченко
(протокол № 5 от 26.04.2024)

Научно-методическим советом БрГТУ
(протокол № 5 от 28.04.2024);

  Л.В. Серога

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа разработана на основе Концепции обучения иностранным языкам в системе непрерывного образования Республики Беларусь, концепции языкового образования, концепции учебного предмета «Иностранный язык» с учетом требований государственных образовательных стандартов высшего образования, действующих рекомендаций европейской языковой образовательной политики, а также с учетом типовой учебной программы «Иностранный язык», утвержденной Министерством образования Республики Беларусь 13.02.2023, регистрационный № ТД-СГ.013/тип., и указанными в ней нормативными документами.

Цель курса «Деловой иностранный язык» состоит в формировании у студентов коммуникативной компетенции, т.е. таких языковых и речевых навыков и умений, которые позволяют использовать иностранный язык как в профессиональной деятельности, так и для дальнейшего образования и самообразования во всех основных видах речевой деятельности, а именно: говорения, чтения, аудирования и письма. В современных условиях обществу требуются специалисты, обладающие креативным мышлением, способные к импровизации, к выработке нетрадиционных решений в проблемных ситуациях. Бизнес – это жесткая и конкурентная среда, которая не прощает ошибок, поэтому на современном этапе своего развития рынок труда требует от людей, желающих сделать карьеру в сфере бизнеса, экономики и финансов, знаний и навыков, часто весьма далеких от стандартного знания иностранного языка. Это не только проведение телефонных бесед и составление деловых писем, но и многое, многое другое. Для решения данной задачи в большинстве высших учебных заведений Республики Беларусь обучение будущих специалистов в сфере бизнеса, экономики и финансов иностранному языку базируется на двух ключевых элементах: базовый курс и деловой иностранный язык.

Деловой иностранный язык всегда носит социальный и ролевой характер. Он позволяет изучать ситуации, возникающие в процессе ведения переговоров, решения проблем и задач. Поэтому методика преподавания делового иностранного языка предполагает системное и последовательное моделирование ситуаций будущей профессиональной деятельности, их предметный и социальный контексты. Деловой иностранный язык включает в себе различные элементы, помимо собственно профессиональных и языковых компетенций, в первую очередь, это межкультурные и коммуникативные компетенции, навыки построения переговорного процесса, знания в сфере психологии, навыки решения проблем и навыки принятия решений.

Главная цель обучения деловому иностранному языку заключается в формировании иноязычной коммуникативной компетенции будущего специалиста, позволяющей использовать иностранный язык как средство межличностного и профессионального общения, для проведения переговоров с зарубежными партнерами, овладения ключевыми навыками ведения деловой корреспонденции на иностранном языке, а также навыками самопрезентации будущим работодателям (грамотное составление пакета документов при устройстве на работу), а также для дальнейшего образования и самообразования.

Достижение главной цели предполагает комплексную реализацию познавательной, развивающей, воспитательной и практической целей.

В качестве стратегической интегративной компетенции в процессе обучения деловому иностранному языку выступает коммуникативная компетенция в единстве всех составляющих:

- языковая компетенция – совокупность языковых средств;
- речевая компетенция – совокупность навыков и умений речевой деятельности (говорение, письмо, аудирование, чтение), знание норм речевого поведения, способность использовать языковые средства в связной речи в соответствии с ситуацией общения;
- социокультурная компетенция – совокупность знаний о национально-культурной специфике стран изучаемого языка и связанных с этим умений корректно строить свое речевое и неречевое поведение;
- компенсаторная компетенция – совокупность умений использовать дополнительные вербальные средства и невербальные способы решения коммуникативных задач в условиях дефицита имеющихся языковых средств;
- учебно-познавательная компетенция – совокупность общих и специальных учебных умений, необходимых для осуществления самостоятельной деятельности по овладению иностранным языком.

Реализация главной цели предполагает овладение иноязычным общением в единстве всех его компетенций, функций и форм, что реализуется посредством взаимосвязанного обучения основным видам речевой деятельности, а также овладения технологиями языкового самообразования.

Курс носит коммуникативно-ориентированный и профессионально направленный характер. Его основные задачи заключаются в следующем:

- формировать у студентов умения понимать высказывания в условиях нормального темпа речи при различных особенностях произношения и условиях восприятия речи;
- развить у студентов умения устанавливать и поддерживать контакт с собеседниками; сообщать, запрашивать или уточнять информацию; логично и аргументировано выражать свое мнение и отношение к предмету обсуждения в соответствии с конкретной ситуацией профессионально-делового общения;
- расширить страноведческий кругозор студентов; повысить уровень их общей языковой культуры общения и речи;
- формировать умения в сфере профессионального общения;
- формировать навыки аннотирования и реферирования;
- формировать навыки чтения и восприятия на слух профессионально ориентированных текстов;
- развивать навыки самостоятельной работы с иноязычной информацией;
- формировать навыки самостоятельной работы с интернет-ресурсами.

В результате изучения учебной дисциплины «Деловой иностранный язык» у студентов СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ЛОГИСТИКА» (дневная форма получения высшего образования) формируются следующие универсальные компетенции:

- СК-4. Осуществлять деловые коммуникации на иностранном языке.

В качестве основных организационных форм проведения занятий рекомендуются следующие:

- аудиторные групповые занятия под руководством преподавателя;
- аудиторные самостоятельные занятия под руководством преподавателя;
- индивидуальная работа под руководством преподавателя.

Данные формы работы в максимальной степени имитируют ситуации общения, а в случае необходимости, позволяють осуществлять обучение на разных уровнях в пределах одной учебной группы.

Индивидуальная/ групповая работа проводится с отдельными студентами/ группой студентов по интересующим лично их темам или формам работы с теми или иными конечными практическими результатами.

Индивидуальная, как и групповая, работа может проводиться постоянно или эпизодически. Конкретное содержание и формы контроля такой работы устанавливаются в начале каждого семестра.

В числе эффективных педагогических методов (технологий), способствующих вовлечению студентов в поиск и управление знаниями, приобретению опыта самостоятельного решения речемыслительных задач, на аудиторных групповых занятиях под руководством преподавателя рекомендуется использовать помимо традиционных форм обучения, такие эффективные педагогические методы (технологии), как:

- технологии проблемно-модульного обучения;
- технологии учебно-исследовательской деятельности;
- проектные технологии;
- коммуникативные технологии (дискуссия, пресс-конференция, мозговой штурм, учебные дебаты);
- метод кейсов (анализ ситуации);
- игровые технологии, в рамках которых студенты участвуют в деловых, ролевых, имитационных играх;
- симуляцию;
- компьютерные технологии.

В результате изучения дисциплины студент должен:

ЗНАТЬ:

- лексический минимум, необходимый для эффективного общения в академической и профессиональной среде, терминологию в рамках своей специальности;
- основные особенности научного и делового стиля;
- правила речевого этикета при общении в профессиональной среде.

УМЕТЬ:

- поддержать разговор на профессиональную тему;
- аргументированно выразить свою точку зрения по проблемным вопросам на английском языке;
- участвовать в диалоге, дискуссии на профессиональные и общие темы;
- ввести переговоры на английском языке, грамотно выражать и отстаивать свою точку зрения.

ВЛАДЕТЬ:

- навыками общения на английском языке в профессиональной среде с учетом межкультурных различий;
- навыками письменной речи на английском языке, относящейся к официальному и полуофициальному стилям;
- умением получать профессиональную информацию путем чтения специальной литературы на английском языке.

**План учебной дисциплины для дневной формы получения
высшего образования**

Код специальности (направления специальности)	Наименование специальности (направления специальности)	Курс	Семестр	Всего учебных часов	Количество зачетных единиц	Аудиторных часов (в соответствии с учебным планом УВО)					Академических часов на курсовой проект (работу)	Форма текущей аттестации
						Всего	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары		
6-05-0412-03	Логистика	2	4	102	3	48	–	–	48	–	–	зачет

**План учебной дисциплины для заочной формы получения высшего
образования, интегрированного со средним специальным образованием**

Код специальности и (направления специальности)	Наименование специальности (направления специальности)	Курс	Семестр	Всего учебных часов	Количество зачетных единиц	Аудиторных часов (в соответствии с учебным планом УВО)					Академических часов на курсовой проект (работу)	Форма текущей аттестации
						Всего	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары		
6-05-0412-03	Логистика	2	4	102	3	10	–	–	10	–	–	зачет

1. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

ТЕМА 1.1. Business Organization and Business Ethics:

Тексты:

1. Business Organization.
2. Business Ethics.

Языковой материал: порядок слов в английском предложении, структура вопросительных и отрицательных предложений; звукобуквенные соответствия; транскрипция.

ТЕМА 1.2. Employment:

Тексты:

1. Recruitment.
2. Writing a Curriculum Vitae and a Covering Letter.
3. Interview for a Job.

Языковой материал: лексический минимум; формы глагола в действительном и страдательном залогах.

ТЕМА 1.3. Business Correspondence:

Тексты:

1. Business Letter Layout.
2. Writing enquiries and replacement claims.

Языковой материал: лексический минимум; инфинитив, конструкции с инфинитивом.

ТЕМА 1.4. Team Building and Networking:

Тексты:

1. Team Building Rules.

2. How to behave in a team.

3. Networking Rules.

Языковой материал: лексический минимум; герундий, конструкции герундием.

ТЕМА 1.5. Business Meetings:

Тексты:

1. A Successful Business Meeting.

2. The Structure of a Meeting.

3. How to behave at a Meeting.

4. Rules of holding a Discussion.

Языковой материал: лексический минимум; лексический минимум; причастие I, причастие II, конструкции с причастиями.

ТЕМА 1.6. Cross Cultural Communication:

Тексты:

1. Cross Cultural Negotiations.

2. Negotiations as the Basics.

Языковой материал: лексический минимум; условные предложения.

ТЕМА 1.7. Negotiation Techniques:

Тексты:

1. Negotiation Types.

2. Presentation of New Ideas at Negotiations.

3. Discussing Prices, Discounts and Payments.

Языковой материал: лексический минимум; правило согласования времен.

ТЕМА 1.8. Documentatuion in Transport Logistics:

Тексты:

1. Logistics Documentation.

2. Business Contracts.

3. Terms of Delivery.

Языковой материал: лексический минимум; модальные глаголы и их эквиваленты.

2.1 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ для дневной формы получения высшего образования для специальности 6-05-0412-03 ЛОГИСТИКА

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов				Количество часов самост. работы	Форма контроля знаний
		Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинарские занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8
	4-й семестр						
1.1.	Business Organization and Business Ethics: Тексты: 1. Business Organization. 2. Business Ethics. Языковой материал: порядок слов в английском			10		8	Фронтальный / индивидуальный опрос. Выполнение лексико-грамматических упражнений (пере-

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов				Количество часов самостоятельной работы	Форма контроля знаний
		Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинарские занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8
	предложения, структура вопросительных и отрицательных предложений; звукобуквенные соответствия; транскрипция.						вод, ответы на вопросы, составление аннотаций, передача содержания).
1.2.	Employment: Тексты: 1. Recruitment. 2. Writing a Curriculum Vitae and a Covering Letter. 3. Interview for a Job. Языковой материал: лексический минимум; формы глагола в действительном и страдательном залогах.			6		6	Фронтальный / индивидуальный опрос. Выполнение лексико-грамматических упражнений (перевод, ответы на вопросы, составление аннотаций, передача содержания).
1.3	Business Correspondence: Тексты: 1. Business Letter Layout. 2. Writing enquiries and replacement claims. Языковой материал: лексический минимум; инфинитив, конструкции с инфинитивом.			10		6	Фронтальный / индивидуальный опрос. Выполнение лексико-грамматических упражнений (перевод, ответы на вопросы, составление аннотаций, передача содержания).
1.4	Team Building and Networking: Тексты: 1. Team Building Rules. 2. How to behave in a team. 3. Networking Rules. Языковой материал: лексический минимум; герундий, конструкции герундием.			2		6	Фронтальный / индивидуальный опрос. Выполнение лексико-грамматических упражнений (перевод, ответы на вопросы, составление аннотаций, передача содержания).
1.5	Business Meetings: Тексты: 1. A Successful Business Meeting. 2. The Structure of a Meeting. 3. How to behave at a Meeting. 4. Rules of holding a Discussion. Языковой материал: лексический минимум; лексический минимум; причастие I, причастие II, конструкции с причастиями.			2		6	Фронтальный / индивидуальный опрос. Выполнение лексико-грамматических упражнений (перевод, ответы на вопросы, составление аннотаций, передача содержания).
1.6	Cross Cultural Communication: Тексты: 1. Cross Cultural Negotiations. 2. Negotiations as the Basics. Языковой материал: лексический минимум; условные предложения.			8		6	Фронтальный / индивидуальный опрос. Выполнение лексико-грамматических упражнений (перевод, ответы на вопросы, составление аннотаций, передача содержания).
1.7	Negotiation Techniques: Тексты: 1. Negotiation Types. 2. Presentation of New Ideas at Negotiations. 3. Discussing Prices, Discounts and Payments. Языковой материал: лексический минимум; правило согласования времен.			8		8	Фронтальный / индивидуальный опрос. Выполнение лексико-грамматических упражнений (перевод, ответы на вопросы, составление аннотаций, передача содержания).

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов				Количество часов самост. работы	Форма контроля знаний
		Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинарские занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8
1.8	Documentatuion in Transport Logistics: Тексты: 1. Logistics Documentation. 2. Business Contracts. 3. Terms of Delivery. Языковой материал: лексический минимум; модальные глаголы и их эквиваленты.			2		8	Фронтальный / индивидуальный опрос. Выполнение лексико-грамматических упражнений (перевод, ответы на вопросы, составление аннотаций, передача содержания).

2.2 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
для заочной формы получения высшего образования, интегрированного
со средним специальным образованием, для специальности
6-05-0412-03 ЛОГИСТИКА

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов				Количество часов самост. работы	Форма контроля знаний
		Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинарские занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8
	4-й семестр						
1.1.	Business Organization and Business Ethics: Тексты: 1. Business Organization. 2. Business Ethics. Языковой материал: порядок слов в английском предложении, структура вопросительных и отрицательных предложений; звукобуквенные соответствия; транскрипция.			2		16	Фронтальный / индивидуальный опрос. Выполнение лексико-грамматических упражнений (перевод, ответы на вопросы, составление аннотаций, передача содержания).
1.2.	Employment: Тексты: 1. Recruitment. 2. Writing a Curriculum Vitae and a Covering Letter. 3. Interview for a Job. Языковой материал: лексический минимум; формы глагола в действительном и страдательном залогах.			2		12	Фронтальный / индивидуальный опрос. Выполнение лексико-грамматических упражнений (перевод, ответы на вопросы, составление аннотаций, передача содержания).
1.3	Business Correspondence: Тексты: 1. Business Letter Layout. 2. Writing enquiries and replacement claims. Языковой материал: лексический минимум; инфинитив, конструкции с инфинитивом.			1		12	Фронтальный / индивидуальный опрос. Выполнение лексико-грамматических упражнений (перевод, ответы на вопросы, составление аннотаций, передача содержания).
1.4	Team Building and Networking: Тексты: 1. Team Building Rules.			1		12	Фронтальный / индивидуальный опрос. Выполнение лексико-

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов				Количество часов самостоятельной работы	Форма контроля знаний
		Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинарские занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8
	2. How to behave in a team. 3. Networking Rules. Языковой материал: лексический минимум; герундий, конструкции герундием.						грамматических упражнений (перевод, ответы на вопросы, составление аннотаций, передача содержания).
1.5	Business Meetings: Тексты: 1. A Successful Business Meeting. 2. The Structure of a Meeting. 3. How to behave at a Meeting. 4. Rules of holding a Discussion. Языковой материал: лексический минимум; лексический минимум; причастие I, причастие II, конструкции с причастиями.			1		12	Фронтальный / индивидуальный опрос. Выполнение лексико-грамматических упражнений (перевод, ответы на вопросы, составление аннотаций, передача содержания).
1.6	Cross Cultural Communication: Тексты: 1. Cross Cultural Negotiations. 2. Negotiations as the Basics. Языковой материал: лексический минимум; условные предложения.			1		12	Фронтальный / индивидуальный опрос. Выполнение лексико-грамматических упражнений (перевод, ответы на вопросы, составление аннотаций, передача содержания).
1.7	Negotiation Techniques: Тексты: 1. Negotiation Types. 2. Presentation of New Ideas at Negotiations. 3. Discussing Prices, Discounts and Payments. Языковой материал: лексический минимум; правило согласования времен.			1		8	Фронтальный / индивидуальный опрос. Выполнение лексико-грамматических упражнений (перевод, ответы на вопросы, составление аннотаций, передача содержания).
1.8	Documentatation in Transport Logistics: Тексты: 1. Logistics Documentation. 2. Business Contracts. 3. Terms of Delivery. Языковой материал: лексический минимум; модальные глаголы и их эквиваленты.			1		8	Фронтальный / индивидуальный опрос. Выполнение лексико-грамматических упражнений (перевод, ответы на вопросы, составление аннотаций, передача содержания).

3. ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

3.1. Перечень литературы (учебной, учебно-методической, научной, нормативной, др.).

Основная:

1. Маслова, М. Е. Английский язык для деловой коммуникации = The Language of Modern Business : (с электронным приложением) : учебное пособие для студентов учреждений образования по специальности «Современные иностранные языки (по направлениям)» / М. Е. Маслова, Ю. В. Маслов. – Минск : РИВШ. 2020. – 330 с : ил. + 1 электрон., опт. диск (CD-ROM).

2. Сидорчук, И.С. Бизнес шаг за шагом = Business Levels : учебно-методическое пособие по деловому английскому языку. В 2 ч. Ч.1 / И.С. Сидорчук. – Мн. : БГЭУ. 2021. – 152 с.

3. Бирюк И.Б., Тарасова Н.В. Практикум по грамматике английского языка = English Practical Grammar: учебное пособие. – Мн.: РИВШ, 2021. – 152 с.

4. Резько, П.Н., Куличик Н.С. Introduction to Business English. Part 2: учеб.-метод. пособие / П.Н. Резько, Н.С. Куличик // Брест: Брестский государственный технический университет, 2022. – 78 с.

Дополнительная:

1. Слепович В.С. Деловой иностранный язык = Business English : учебное пособие / В.С. Слепович. – 7-е изд. – Мн.: ТетраСистемс, 2012. – 272 с.

2. Вершина, А. М. Основы делового английского языка / А.М. Вершина, И.Н. Часнойть. – Минск: БГЭУ, 2012. – 232 с.

3. Резько, П.Н., Куличик Н.С. Introduction to Business English. Part 1: учеб.-метод. пособие / П.Н. Резько, Н.С. Куличик // Брест: Брестский государственный технический университет, 2018. – 62 с.

4. Дубинко С.А., Маркина Л.В., Маркосьян Е.И. From Intercultural Competence to Success in Business (Межкультурная компетенция – успех в бизнесе) [пособие] / С.А. Дубинко, Л.В. Маркина, Е.И. Маркосьян // Минск: БГУ, 2013 – 202 с.

5. Кирильчик Т.К., Махонина О.И. Basics of Business Correspondence = Основы деловой корреспонденции: электронное учеб.-метод. издание / Т.К. Кирильчик, О.И. Махонина – Минск: БГЭУ, 2011. – 53 с.

6. Матвеенок Т. В. Business English in practice : учебно-методическое пособие / Т. В. Матвеенок, И. А. Поварехо. – Минск : БИТУ, 2020. – 166, [1] с.

7. Слепович, В.С. Business-communication: Job Hunting in English = Бизнес-коммуникация: Как найти работу с английским языком. Спецкурс по деловому бдению на английском языке / В. С. Слепович. – Минск: ТетраСистемс, 2002. – 320 с.

8. Плетюхова, О.В. Business Studies for Students in Economics. [Электронный ресурс] : Учебно-методич. пособие по деловому английскому языку для студентов очного и заочного отделения всех экономических специальностей. / О.В. Евдокимова. – Мн.: БГЭУ, 2013.

9. Boyes C. Communication Secrets. – London: Collins, 2010. – 128 p.

10. Hughes J., Mallet A. Successful Meetings for Professionals Who Use English at Work. –Oxford: Oxford University Press, 2012. – 80 p.

11. Welch B., Lafond Ch, English for Negotiating (Express Series) – Oxford: Oxford Univ. Press, 2014. – 178 p.

3.2. Перечень средств диагностики результатов учебной деятельности.

3.2.1. ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ЛОГИСТИКА» (дневная форма получения высшего образования):

Данный модуль является интегральным и обеспечивает промежуточный и итоговый контроль усвоения содержания программы. Он представляет собой обобщение и систематизацию пройденного учебного материала по всем аспектам языка и видам речевой деятельности.

ТЕКУЩАЯ АТТЕСТАЦИЯ проводится в целях периодического контроля и оценки результатов учебной деятельности обучающихся по учебной дисциплине.

Текущая аттестация проводится в виде тестирования (в технической форме через Google Classroom или на бумажном носителе).

Текущая аттестация включает:

– в четвертом семестре: выполнение двух тестов по темам 1.1-1.8 учебной программы (Тест № 1 – темы 1.1-1.4; Тест № 2 – темы 1.5-1.8).

ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ:

Обучающиеся допускаются к промежуточной аттестации по учебной дисциплине при условии успешного прохождения текущей аттестации, предусмотренной в текущем семестре.

Допуском к сдаче зачета в четвертом семестре является успешное выполнение 2/3 заданий (Тест № 1 и Тест № 2).

ИТОГОВЫЙ КОНТРОЛЬ знаний, умений и навыков студентов осуществляется в 4 семестре в форме зачета и охватывает все аспекты языка. Зачет выставляется по результатам выполнения программы текущего семестра, выполнения программы практических аудиторных занятий.

3.2.2. ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ЛОГИСТИКА» (заочная форма получения высшего образования, интегрированного со средним специальным образованием):

Данный модуль является интегральным и обеспечивает промежуточный и итоговый контроль усвоения содержания программы. Он представляет собой обобщение и систематизацию пройденного учебного материала по всем аспектам языка и видам речевой деятельности.

ТЕКУЩАЯ и ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИИ для данной дисциплины не предусмотрены.

ИТОГОВЫЙ КОНТРОЛЬ знаний, умений и навыков студентов осуществляется в 4 семестре в форме зачета и охватывает все аспекты языка. Зачет выставляется по результатам выполнения программы текущего семестра, выполнения программы практических аудиторных занятий.

3.3. Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине.

3.3.1. ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ЛОГИСТИКА» (дневная форма получения высшего образования):

Самостоятельная работа студентов без контроля преподавателя в 4 семестре осуществляется в объеме 54 часов.

Самостоятельная внеаудиторная неуправляемая работа студентов включает следующие виды работ:

- 1) чтение учебных текстов по специальности и выполнение заданий к ним;
- 2) усвоение лексического материала изучаемых учебных текстов;
- 3) повторение грамматических тем (глагольные формы в действительном и страдательном залогах; неличные формы глагола (инфинитив, герундий, причастие I, причастие II); конструкции с неличными формами глагола; условные предложения;
- 5) подготовка к зачету.

3.3.2. ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ЛОГИСТИКА» (заочная форма получения высшего образования, интегрированного со средним специальным образованием):

Самостоятельная работа студентов без контроля преподавателя в 4 семестре осуществляется в объеме 92 часа.

Самостоятельная внеаудиторная неуправляемая работа студентов включает следующие виды работ:

- 1) чтение учебных текстов по специальности и выполнение заданий к ним;
- 2) усвоение лексического материала изучаемых учебных текстов;
- 3) повторение грамматических тем (глагольные формы в действительном и страдательном залогах; неличные формы глагола (инфинитив, герундий, причастие I, причастие II); конструкции с неличными формами глагола; условные предложения;
- 5) подготовка к зачету.

Список литературы для самостоятельной работы:

1. Бирюк И.Б., Тарасова Н.В. Практикум по грамматике английского языка = English Practical Grammar: учебное пособие. – Мн.: РИВШ, 2021. – 152 с.
2. Резько, П.Н., Куличик Н.С. Introduction to Business English. Part 2: учеб.-метод. пособие / П.Н. Резько, Н.С. Куличик // Брест: Брестский государственный технический университет, 2022. – 78 с.
3. Резько, П.Н., Куличик Н.С. Introduction to Business English. Part 1: учеб.-метод. пособие / П.Н. Резько, Н.С. Куличик // Брест: Брестский государственный технический университет, 2018. – 62 с.
4. Дубинко С.А., Маркина Л.В., Маркосян Е.И. From Intercultural Competence to Success in Business (Межкультурная компетенция – успех в бизнесе) [пособие] / С.А. Дубинко, Л.В. Маркина, Е.И. Маркосян // Минск: БГУ, 2013 – 202 с.
5. Кирильчик Т.К., Махонина О.И. Basics of Business Correspondence = Основы деловой корреспонденции: электронное учеб.-метод. издание / Т.К. Кирильчик, О.И. Махонина – Минск: БГЭУ, 2011. – 53 с.
6. Митрошкина Т.В. Грамматика английского языка. – Мн.: Выш. Школа. 2010. – 238 с.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (АНГЛИЙСКИЙ)»
С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Логистика и управление цепями поставок	Экономической теории и логистики	нет	Зпр. № 11 от 10.06.2024г.

Содержание учебной программы
согласовано с инициатирующей кафедрой

Инициатор кафедрой,
заведующий кафедрой экономических наук, доцент

Г.Б. Медведева

Г.Б. Медведева

4.2.2. ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК

Р-1 20 25

Учреждение образования
«Брестский государственный технический университет»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе БрГТУ


« 15 » 01. 2025 г.
Регистрационный № УД-24-2-069 /уч.

Деловой иностранный язык (французский)

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности:

6-05-0412-03 Логистика

Брест 2024

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта высшего образования для специальности ОСВО 6-05-0412-03 Логистика (постановление Министерства образования Республики Беларусь, регистрационный номер № 246 от 10.08.2023); учебного плана, разработанного на основе примерного учебного плана № 6-05-04-006/пр., утвержденного 02.12.2022 постановлением Министерства образования Республики Беларусь; с учетом типовой учебной программы для высших учебных заведений «Иностранный язык» № ТД-СГ.013/тип. от 15.04.2008.

СОСТАВИТЕЛЬ:

Копчак Е.В., старший преподаватель кафедры лингвистических дисциплин и межкультурных коммуникаций, магистр педагогических наук

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой лингвистических дисциплин и межкультурных коммуникаций
Заведующий кафедрой Бел В.И. Рахуба
(протокол № 3 от 26.11.2024);

Методической комиссией экономического факультета
Председатель методической комиссии Л.А. Л.А. Захарченко
(протокол № 3 от 24.12.2024);

Научно-методическим советом БрГТУ
(протокол № 2 от 27.12.2024.)

методист УМО Т.В. Гуриневич

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по дисциплине «Деловой иностранный язык (французский)» разработана на основе концепции обучения иностранным языкам в системе непрерывного образования Республики Беларусь, концепции языкового образования, концепции учебного предмета «Иностранный язык» с учетом требований государственных образовательных стандартов высшего образования, действующих рекомендаций европейской языковой образовательной политики, а также на основе типовой учебной программы для вузов по дисциплине «Иностранный язык» от 15 апреля 2008 года, утверждённой Министерством образования (регистрационный номер ТД-СГ.013/тип.), и указанными в ней нормативными документами.

Именно этим обусловлен тот факт, что от кафедр иностранных языков технических вузов требуется подготовка выпускников с довольно высоким уровнем иноязычной коммуникативной компетенции, что является не только требованием дня, но и обязательным условием успешной профессиональной и предпринимательской деятельности. Кроме того, это средство саморазвития личности студента, будущего специалиста, способ приобщения к профессиональной и общечеловеческой культурам, компонент социальных связей и один из показателей интеллигентности.

Курс «Деловой иностранный язык (французский)» предназначен для студентов, продолжающих изучение иностранного языка после усвоения в установленном объеме его базового курса. Основная цель курса состоит в формировании у студентов коммуникативной компетенции, т.е. таких речевых и языковых навыков и умений, которые позволяют использовать иностранный язык как в профессионально-деловой деятельности, так и для дальнейшего образования и самообразования во всех видах речевой деятельности (говорение, чтение, аудирование, письмо).

Курс «Деловой иностранный язык (французский)» носит предельно коммуникативно-ориентированный и профессионально-направленный характер. Его задачи заключаются в следующем:

- сформировать у студентов умения понимать высказывания в условиях нормального темпа речи при различных особенностях произношения и условиях восприятия речи;
- развить у студентов умения устанавливать и поддерживать контакт с собеседниками; сообщать, запрашивать или уточнять информацию; логично и аргументировано выражать свое мнение и отношение к предмету обсуждения в соответствии с конкретной ситуацией профессионально-делового общения;
- расширить страноведческий кругозор студентов; повысить уровень их общей языковой культуры общения и речи;
- дальнейшее развитие навыков самостоятельной работы с иноязычной информацией.

В результате изучения дисциплины студент должен *знать*:

- систему изучаемого иностранного языка в его фонетическом, лексическом и грамматическом аспектах;
 - социокультурные нормы бытового и делового общения, а также правила речевого этикета (реплики-клише, наиболее употребляемая оценочная лексика), принятые в стране изучаемого языка, позволяющие будущему специалисту эффективно использовать иностранный язык как средство общения в современном поликультурном мире;
 - основные термины, встречающиеся в изучаемых текстах;
 - особенности бизнес-культуры страны изучаемого языка;
 - определенный объем клишированных выражений для аннотирования и реферирования текстов;
- уметь*:

- переводить тексты или отдельные абзацы из них;
- выделять ключевую информацию текста;
- реферировать и аннотировать профессионально ориентированные и общенаучные тексты;
- начинать, вести, поддерживать и заканчивать беседу в стандартных ситуациях общения и коммуникативных ролях, соблюдая нормы речевого этикета в объеме программы курса;
- расспрашивать собеседника и отвечать на его вопросы, высказывая свое мнение, просьбу; отвечать на предложение собеседника согласием/отказом, опираясь на изученную тематику и усвоенный лексико-грамматический материал;
- выступать с подготовленным монологическим сообщением, аргументировано излагая свою позицию и используя вспомогательные средства (графики, таблицы, диаграммы, Power Point);
- участвовать в дискуссии, деловой беседе и переговорах профессионального характера, выражая определенные коммуникативные намерения;
- писать деловые письма различной коммуникативной направленности, употребляя формулы этикета делового письма, принятые в деловой переписке в странах изучаемого языка;

владеть:

- методами компенсации лингвистического и экстралингвистического характера;
- методами мониторинга и исправления ошибок.

В результате изучения учебной дисциплины «Деловой иностранный язык (французский)» формируются следующие компетенции у студентов специальности 6-05-0412-03 Логистика:

- СК-4. Осуществлять деловые коммуникации на иностранном языке.

В числе эффективных педагогических методов (технологий), способствующих вовлечению студентов в поиск и управление знаниями, приобретению опыта самостоятельного решения речемыслительных задач, рекомендуется использовать:

- технологии проблемно-модульного обучения;
- технологии учебно-исследовательской деятельности;
- коммуникативные технологии (дискуссия, пресс-конференция, мозговой штурм, учебные дебаты и другие активные формы и методы).

В соответствии с учебными планами экономического факультета для дневной и заочной формы получения высшего образования, интегрированного со средним специальным образованием, изучение дисциплины «Деловой иностранный язык (французский)» осуществляется студентами специальности 6-05-0412-03 Логистика в 4 семестре II курса обучения.

Общее количество часов, отводимое на изучение дисциплины «Деловой иностранный язык (французский)», распределение аудиторных часов по семестрам, а также форма аттестации представлены ниже в следующей таблице.

План учебной дисциплины для дневной формы получения высшего образования

Код специальности (направления специальности)	Наименование специальности (направления специальности)	Курс	Семестр	Всего учебных часов	Количество зачетных единиц	Аудиторных часов (в соответствии с учебным планом УВО)					Академических часов на курсовой проект (работу)	Форма текущей аттестации
						Всего	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары		
6-05-0412-03	Логистика	2	4	102	3	102	–	–	48	–	–	Зачет

План учебной дисциплины для заочной формы получения высшего образования, интегрированного со средним специальным образованием

Код специальности (направления специальности)	Наименование специальности (направления специальности)	Курс	Семестр	Всего учебных часов	Количество зачетных единиц	Аудиторных часов (в соответствии с учебным планом УВО)					Академических часов на курсовой проект (работу)	Форма текущей аттестации
						Всего	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары		
6-05-0412-03	Логистика	2	4	102	3	102	–	–	10	–	–	Зачет

1. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

ТЕМА 1.1. A la recherche d'un emploi.

A la recherche d'un emploi. Le chômage en France. Embaucher du personnel. Demandes d'emploi. Offres d'emploi. Qu'est-ce qu'un Curriculum Vitae. Lettre de motivation.

Языковой материал: лексический минимум; грамматика (повторение): действительный залог, страдательный залог.

ТЕМА 1.2. Entreprises. Leurs formes juridiques.

Qu'est-ce qu'une entreprise ? La structure d'une entreprise. Les principales formes juridiques des entreprises françaises.

Языковой материал: лексический минимум; грамматика (повторение): неличные формы глагола, функции Participe passé и Participe présent.

ТЕМА 1.3. Pourparlers. Communication téléphonique.

Conversation téléphonique. Pour contacter. Prendre rendez-vous. Modifier ou annuler un rendez-vous.

Языковой материал: лексический минимум; грамматика (повторение): неличные формы глагола, Participe passé composé.

ТЕМА 1.4. Correspondance commerciale.

Correspondance d'affaires. Structure et contenu de la lettre. Règles de base pour écrire des lettres d'affaires.

Языковой материал: лексический минимум; грамматика (повторение): неличные формы глагола, Gérondif.

ТЕМА 1.5. Documentation.

Offre. Demande d'offre. Lettre publicitaire. Eléments constitutifs du contrat. Types de contrats.

Языковой материал: лексический минимум; грамматика (повторение): Conditionnel, Subjonctif.

2.1. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Деловой иностранный язык (французский)» для специальности 6-05-0412-03 Логистика
дневной формы получения высшего образования

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов				Количество часов самост. работы	Форма контроля знаний
		Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинарские занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8
	4 семестр						
1.1.	A la recherche d'un emploi <i>Изучающее чтение:</i> A la recherche d'un emploi. Demandes d'emploi. Offres d'emploi. Qu'est-ce qu'un Curriculum Vitae. <i>Ознакомительное чтение:</i> Le chômage en France. Embaucher du personnel. Lettre de motivation. <i>Грамматический материал (повторение):</i> действительный залог, страдательный залог.			10		12	Фронтальный / индивидуальный опрос. Выполнение упражнений (перевод, ответы на вопросы, составление аннотаций, пересказ) Беседа по теме.
1.2.	Entreprises. Leurs formes juridiques. <i>Изучающее чтение:</i> Qu'est-ce qu'une entreprise ? Les principales formes juridiques des entreprises françaises. <i>Ознакомительное чтение:</i> La structure d'une entreprise. <i>Грамматический материал (повторение):</i> неличные формы глагола, функции Participe passé и Participe présent.			10		10	Фронтальный / индивидуальный опрос. Выполнение упражнений (перевод, ответы на вопросы, составление аннотаций, пересказ) Беседа по теме.
1.3.	Pourparlers. Communication téléphonique. <i>Изучающее чтение:</i> Conversation téléphonique. Pour contacter. Prendre rendez-vous.			10		12	Фронтальный / индивидуальный опрос. Выполнение упражнений (перевод, ответы на вопросы,

	<i>Ознакомительное чтение:</i> Modifier ou annuler un rendez-vous. <i>Грамматический материал (повторение):</i> неличные формы глагола, Participe passé composé.					составление аннотаций, пересказ) Беседа по теме.
1.4.	Correspondance commerciale. <i>Изучающее чтение:</i> Correspondance d'affaires. Structure et contenu de la lettre. <i>Ознакомительное чтение:</i> Règles de base pour écrire des lettres d'affaires. <i>Грамматический материал (повторение):</i> неличные формы глагола, Gérondif.			10	10	Фронтальный / индивидуальный опрос. Выполнение упражнений (перевод, ответы на вопросы, составление аннотаций, пересказ) Беседа по теме.
1.5.	Documentation. <i>Изучающее чтение:</i> Offre. Demande d'offre. Lettre publicitaire. <i>Ознакомительное чтение:</i> Eléments constitutifs du contrat. Types de contrats. <i>Грамматический материал (повторение):</i> Conditionnel, Subjonctif.			8	10	Фронтальный / индивидуальный опрос. Выполнение упражнений (перевод, ответы на вопросы, составление аннотаций, пересказ) Беседа по теме.

2.2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Деловой иностранный язык (французский)»

для специальности 6-05-0412-03 Логистика заочной формы получения высшего образования, интегрированного со средним специальным образованием

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов				Количество часов самост. работы	Форма контроля знаний
		Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинарские занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8
	4 семестр						
1.1.	A la recherche d'un emploi <i>Изучающее чтение:</i> Demandes d'emploi. Offres d'emploi. Qu'est-ce qu'un Curriculum Vitae. <i>Грамматический материал (повторение):</i>			2		19	Выполнение упражнений (перевод, ответы на вопросы, составление аннотаций, пересказ).

	действительный залог, страдательный залог.						
1.2.	Entreprises. Leurs formes juridiques. <i>Изучающее чтение:</i> Qu'est-ce qu'une entreprise ? <i>Грамматический материал (повторение):</i> неличные формы глагола, функции Participe passé и Participe présent.			2		18	Выполнение упражнений (перевод, ответы на вопросы, составление аннотаций, пересказ).
1.3.	Pourparlers. Communication téléphonique. <i>Изучающее чтение:</i> Conversation téléphonique. <i>Грамматический материал (повторение):</i> неличные формы глагола, Participe passé composé.			2		19	Выполнение упражнений (перевод, ответы на вопросы, составление аннотаций, пересказ).
1.4.	Correspondance commerciale. <i>Изучающее чтение:</i> Correspondance d'affaires. <i>Грамматический материал (повторение):</i> неличные формы глагола, Gérondif.			2		18	Выполнение упражнений (перевод, ответы на вопросы, составление аннотаций).
1.5.	Documentation. <i>Изучающее чтение:</i> Offre. Demande d'offre. <i>Грамматический материал (повторение):</i> Conditionnel, Subjonctif.			2		18	Выполнение упражнений (перевод, ответы на вопросы, составление аннотаций)

3. ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

3.1. Перечень литературы (учебной, учебно-методической, научной, нормативной, др.)

Основная литература:

1. Комарова, М.А. Французский язык в сфере экономики = Cours du français économique : учебное пособие / М.А. Комарова [и др.]. – Минск : РИВШ, 2022. – 225 с.
2. Козлова, О.А. Французский язык = Le Français : учебник / О.А. Козлова. – Минск : РИВШ, 2022. – 319 с.
3. Электронный учебно-методический комплекс по учебной дисциплине «Иностранный язык» для специальности: 6-05-0412-03 Логистика [Электронный ресурс] / Брестский государственный технический университет, Экономический факультет, Кафедра лингвистических дисциплин и межкультурных коммуникаций ; сост.: К. А. Войтович, Е. В. Копчак. – Брест : БрГТУ, 2024. – <https://rep.bstu.by/handle/data/44111>

Дополнительная литература:

4. Венскович, С.В. Введение в экономику: учебное пособие/ С.В. Венскович, О.И.

Гумянко.- Брест, Изд-во БрГТУ, 2011.

5. Венскович, С.В. Несколько уроков деловой корреспонденции. Часть 1. Учебное издание / С.В. Венскович, О.И. Гумянко.- Брест, Изд-во БрГТУ, 2004.

6. Храмова, Р.К. L'entreprise et ses activités. Учеб.-метод. пособие. Мн., Изд-во БГЭУ, 2000. – 127 с.

7. Jean-Luc Penfornis. Vocabulaire progressif du Français des Affaires. CLE International, 2004.

8. Чигирева, М.А. Деловой французский. Санкт-Петербург, 2000.–170с.

9. Иванченко, А.И. Сборник упражнений по грамматике фр. языка С.-П. «Союз», 2000.

10. Французско-русский экономический словарь. М., «Русский язык», 1995.

11. Jacques Landrevie et Denis Lindon. Mercator. 4-eme edition. Dalloz, 1993.– 513p.

12. Janine Bruchet. Objectif: Entreprise. Le français des affaires. Carnelsen.– 248p.

13. D.Larue, A.Caillat. Economie d'entreprise. Hachette technique. – 255p.

14. Онлайн упражнения для самостоятельного изучения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.test.fr – Дата доступа: 12.06.2022.

15. Онлайн энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://fr.wikipedia.org/wiki/Wikipédia:Accueil_principal – Дата доступа: 12.06.2022.

3.2. Перечень средств диагностики результатов учебной деятельности.

Форма контроля (дневная форма получения высшего образования)

Данный модуль является интегральным и обеспечивает промежуточный (текущий и рубежный) и итоговый контроль усвоения содержания программы. Он представляет собой обобщение и систематизацию пройденного учебного материала по всем аспектам языка и видам речевой деятельности.

Текущая аттестация проводится с целью периодического контроля и оценки учебной деятельности студентов по учебной дисциплине в виде тестирования (в технической форме через Google Classroom или на бумажном носителе) или в форме устной беседы с преподавателем по изученным темам.

Аттестация совершается в четвертом семестре по темам 1.1., 1.2., 1.3. данной учебной программы – аттестация №1.

Промежуточный контроль осуществляется:

1) по устным темам – в форме монологического высказывания, диалогов, беседы с преподавателем;

2) по текстам – в форме разработанных комплексных заданий, составления аннотаций и рефератов, выборочного письменного перевода;

3) по грамматике – в виде выполнения грамматических упражнений по изученным темам.

Итоговый контроль знаний, умений и навыков студентов представляет собой обобщение и систематизацию пройденного учебного материала и осуществляется в форме зачета. К зачету допускаются студенты, успешно выполнившие 60% заданий аттестации №1. Зачет выставляется по результатам выполнения учебной программы дисциплины «Деловой иностранный язык (французский)», выполнения программы практических аудиторных занятий.

Форма контроля (заочная форма получения высшего образования, интегрированного со средним специальным образованием)

Промежуточный контроль осуществляется:

1) по устным темам – в форме монологического высказывания, беседы с преподавателем;

2) по текстам – в форме составления аннотаций и рефератов, выборочного письменного перевода;

3) по грамматике – в виде выполнения грамматических упражнений по изученным темам.

Итоговый контроль знаний, умений и навыков студентов представляет собой обобщение и систематизацию пройденного учебного материала и осуществляется в форме зачета.

Зачет проводится в конце семестра обучения дисциплине и выставляется по результатам выполнения учебной программы дисциплины «Деловой иностранный язык (французский)» текущего семестра, выполнения программы практических аудиторных занятий.

3.3. Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине.

Самостоятельная работа студентов без контроля преподавателя осуществляется в объеме 54 часов для дневной формы получения высшего образования и в объеме 92 часов для заочной формы получения высшего образования, интегрированного со средним специальным образованием.

Самостоятельная работа для студентов дневной формы обучения включает следующие виды работ:

1. Подготовка домашних заданий (выполнение грамматических упражнений, перевод текстов для изучающего и ознакомительного чтения, самостоятельное изучение общенаучной и терминологической лексики).
2. Использование интернет-сайтов для поиска учебной информации.
3. Самостоятельное изучение общенаучной и терминологической лексики.
4. Реферирование и аннотирование текстов.
5. Подготовка к зачету.

Самостоятельная работа для студентов заочной формы получения высшего образования, интегрированного со средним специальным образованием, включает следующие виды работ:

1. Подготовка текстов страноведческой и научно-популярной тематики для внеаудиторного чтения (изучающее, ознакомительное, просмотровое чтение) объемом 7,5 тыс. печатных знаков.
2. Использование Интернет-сайтов для поиска текстов по внеаудиторному чтению.
3. Реферирование и аннотирование текстов.
4. Подготовка к зачету.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (ФРАНЦУЗСКИЙ)»
С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Логистика и управление цепями поставок Закупочная логистика	Экономической теории и логистики	нет	Рассмотрена и рекомендована к утверждению протокол № 3 от 26.11.2024

Содержание учебной программы
согласовано с выпускающей кафедрой

Заведующий выпускающей кафедрой,
кандидат экономических наук, доцент



Г.Б.Медведева