

МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



МАУП

НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА
дисципліни
“ПРАКТИЧНИЙ КУРС
ДРУГОЇ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ
(англійська мова)”
(для бакалаврів)

Київ

ДП «Видавничий дім «Персонал»

2009

Навчальну програму підготовлено доцентом кафедри теорії та практики перекладу *О. А. Яковенчуком*

Затверджено на засіданні кафедри теорії та практики перекладу МАУП (протокол № 10 від 20.05.08)

Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом

Яковенчук О. А. Навчальна програма дисципліни “Практичний курс другої іноземної мови (англійська мова)” (для бакалаврів). — К.: ДП «Вид. дім «Персонал», 2009. — 36 с.

Навчальна програма містить пояснювальну записку, тематичний план, граматичний матеріал, зміст дисципліни, форми поточного та підсумкового контролю, питання для самоконтролю, контрольні завдання, а також список літератури.

- © Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП), 2009
- © ДП «Видавничий дім «Персонал», 2009

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Навчальна дисципліна “Практичний курс другої іноземної мови (англійська)” є невіддільною складовою підготовки спеціаліста з відповідного напрямку в МАУП. Навчальний курс складається з практичних завдань, які формують навички говоріння та перекладу з англійської мови. Програму призначено для бакалаврів філологічних спеціальностей.

Програма передбачає комплексне навчання англійської мови. Фонетичний, лексичний, граматичний аспекти англійської мови та елементи перекладу викладено у нерозривному зв'язку та паралельно до розвитку мовленнєвих умінь та навичок у процесі спілкування. Впродовж усіх етапів навчання студенти опановують методику самоосвіти.

Програмою курсу передбачено вивчення елементів перекладу різних аспектів англійської та української мов. Наголошено на способах передачі лексичних та граматичних труднощів англійської мови українською та навпаки. Програма поєднує найкращі традиційні методи із сучасними підходами до навчання англійської мови.

Мета навчання: практичне володіння усною та письмовою англійською мовою.

У процесі досягнення цієї мети реалізуються також виховні та освітні завдання, які є частиною загальноосвітньої програми.

Основні завдання:

- формувати у студентів уміння та навички аудіювання, монологічного, діалогічного та писемного мовлення, навчаючого та оглядового читання художньої, суспільно-політичної літератури;
- вчити вести бесіду за змістом прочитаного та прослуханого тексту.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН
дисципліни
“ПРАКТИЧНИЙ КУРС ДРУГОЇ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ
(англійська мова)”

№ пор.	Назва змістового модуля та теми
1	2
	1 курс
	Змістовий модуль I. Вступ
1	Англійська мова у світі
2	Фонетичний склад сучасної англійської мови
3	Теперішній та минулий час. Дієслово to be в теперішньому та минулому часі
4	Просте речення. Підмет у називному відмінку. Особові займенники в ролі підмета. Порядок слів у простому реченні
	Змістовий модуль II. Родина
1	Особова ідентифікація: вік, національність, професія
2	Сім'я, рідні, друзі
3	Сімейні відносини та обов'язки
4	Родина. Іменник. Неозначений та означений артикль зі злічуваними іменниками
5	Категорія числа. Множина іменника
	Змістовий модуль III. Житло
1	Оселя: дім і квартира
2	Побутові прилади, меблі тощо
3	Життя типової сім'ї в Англії
4	Життя сучасної української родини. Діалогічне мовлення. Вживання означеного та неозначеного артиклів
5	Займенник. Особовий займенник у називній та об'єктній формах
6	Конструкції there is, there are . Поняття про числівники Модальні дієслова can, may, must
	Змістовий модуль IV. Людина та її професія
1	Зовнішність, характер
2	Моя професія

1	2
3	Типовий робочий день
4	Вихідні. Проведення вільного часу
5	Дієслово. Теперішній час дієслова. Майбутній час дієслова. Порядок слів у реченні. Типи запитань
	Змістовий модуль V. Погода
1	Час і календар. Погода. Пори року. Вплив діяльності людини на формування сучасної погоди. Лексичний матеріал
2	Вказівний займенник. Присвійні займенники. Абсолютна форма присвійного займенника
3	Неозначені займенники <i>some</i> та <i>any</i> . Числівник. Кількісні та порядкові числівники
4	Дієслово. Минулий час та форми допоміжних дієслів. Конструкція <i>used to</i> випадки вживання
	Змістовий модуль VI. Повсякденне життя людини
1	Їжа, приготування їжі. Кухня народів світу. Посуд. Столові прибори. Написання рецепта
2	Покупки, магазини. Дозвілля (подорожі, відвідування театрів тощо)
3	Дієслово у формі перфектних часів
4	Пасивний стан дієслова у видо-часових формах. Узгодження часів. Прислівник. Структура та значення
	2 курс
	Змістовий модуль I. Культура в житті людини
1	Країни та культури. Культурні стереотипи. Феномен японської культури
2	Географія англомовних країн
3	Іменник. Вживання артиклів перед іменниками
4	Вживання артикля із власними назвами
	Змістовий модуль II. Проблеми та завдання сучасної освіти
1	Освіта. Навчання
2	Свята та особливі дати. Традиції святкування та звичаї
3	Мрії та плани на майбутнє, планування особистої та професійної сфер

1	2
4	Прикметник
5	Займенник
	Змістовий модуль III. Життя молоді в світі
1	Стилі життя сучасної молоді
2	Позитивні та негативні реакції людини
3	Дієслово
4	Прислівник
	Змістовий модуль IV. Театр, музика кіно
1	Культура і мистецтво нашої країни
2	Відвідування театрів, музеїв
3	Дієслово
4	Пряма та непряма мова
	Змістовий модуль V. Охорона здоров'я та відпочинок
1	Здоров'я людини, профілактичні засоби боротьби. Лікування та ліки у західній медицині
2	Хобі та захоплення
3	Мода, престиж та імідж
4	Прийменник
	Змістовий модуль VI. Для чого потрібна робота?
1	Вибір роботи, сучасні підходи
2	Здібності людини
3	Гроші та їх роль у житті людини. Бізнес
4	Синтаксис. Складносурядні, складнопідрядні речення
	Змістовий модуль VII. Засоби масової інформації та охорона навколишнього середовища
1	Сучасні засоби спілкування
2	Дослідження Всесвіту. Довкілля
3	Умовний стан дієслова
	3 курс
	Змістовий модуль I. Навчання
1	Сучасна сім'я: зміни та проблеми
2	Навчання, способи запам'ятовування та засвоєння інформації
3	Прикметник

1	2
	Змістовий модуль II. Подорожі. Стиль життя
1	Мандри. Найвідоміші та найцікавіші міста світу
2	Біографії, історії життя
3	Передача майбутньої дії
	Змістовий модуль III. Масмедіа. Культура
1	Засоби масової інформації. Радіо- та телепрограми
2	Технічна революція. Найвидатніші винаходи в історії людства
3	Важливі предмети матеріальної культури
4	Втручання в природу: чи є воно обґрунтоване
5	Займенник
6	Прийменник
	Змістовий модуль IV. Норми поведінки в суспільстві
1	Соціальна поведінка в різних країнах: етикетні норми, звичаї, традиції
2	Поведінка та дотримання суспільних правил і норм: свобода чи обмеження свободи?
3	Закон та правопорядок у суспільстві
4	Модальні дієслова та їхні еквіваленти
5	Вживання модальних дієслів з перфектним інфінітивом
	Змістовий модуль V. Майбутнє людини
1	Яким ми бачимо наше майбутнє: оптимістичні та песимістичні прогнози
2	Наше минуле. Історії життя відомих особистостей
3	Пасивний стан дієслова
4	Синтаксис
5	Підрядні речення умови та часу
	4 курс
	Змістовий модуль I. Минуле, теперішнє та майбутнє
1	Коротка історія XX ст. Людство на початку XXI ст.
2	Позитивні та негативні емоції
3	Прикметник

1	2
	Змістовий модуль II. Розум, емоції, почуття
1	Пригоди та ризик. Запобігання негативних наслідків, необдуманих дій
2	Розум людини
3	Займенник
	Змістовий модуль III. Світові досягнення
1	Досягнення у житті людини
2	Огляд видо-часових форм минулого
3	Огляд тривалого аспекту всіх видо-часових форм
	Змістовий модуль IV. Життя молоді та молодіжні організації
1	Навчання та іспити
2	Життя молоді та молодіжні організації
3	Особливості вживання пасивних структур
4	Неособові форми дієслова
5	Вживання форм інфінітива після модальних дієслів
6	Герундіальні та інфінітивні конструкції. Дієприкметник
	Змістовий модуль V. Народні звичаї та традиції
1	Видатні події, свята, карнавали, фестивалі в різних країнах
2	Політичне життя країни. Політичні погляди. Видатні політичні діячі
3	Модальні дієслова та фрази
4	Огляд умовного способу
5	Семантичні особливості дієслів
	Змістовий модуль VI. Таємниці в історії людства
1	Незвичайне та дивне в житті людини: як знайти логічне пояснення?
2	Синтаксис. Узгодження між підметом та присудком
3	Емфатичні конструкції з <i>it, what</i>
	Змістовий модуль VII. Засоби масової інформації
1	Сучасні засоби масової інформації: п'ята влада. Вплив ЗМІ на світогляд людини
2	Історія створення каналу CNN
3	Атрибутивні підрядні речення
4	Пунктуація
Разом годин: 1926	

ГРАМАТИЧНИЙ МАТЕРІАЛ

1 курс

Іменник. Множина іменників. Загальний та присвійний відмінки. Неозначений та означений артикль зі злічуваними іменниками. Вживання артикля з незлічуваними іменниками. Множина іменника. Особливості форм множини: запозичення із латині та грецької мови. Іменники, що вживаються як злічвані/незлічвані в різних значеннях.

Прикметник. Ступені порівняння прикметника.

Займенник. Особовий займенник у називній та об'єктній формах. Вказівний займенник. Присвійні займенники. Абсолютна форма присвійного займенника. Неозначені займенники *some* та *any*

Числівник. Кількісні та порядкові числівники.

Артикль. Означений та неозначений артикль, правила вживання.

Дієслова. Дієслово *to be* у простому теперішньому часі та простому минулому часі. Дієслово у формі теперішнього простого, теперішнього тривалого та майбутнього часу. Дієслово у формі перфектних часів. Вживання дієслів *do and make*. Пасивний стан дієслова у видо-часових формах. Узгодження часів. Модальні дієслова

Прислівник. Структура та значення.

Прийменник. Прийменники, що виражають просторові та часові відношення.

Синтаксис. Порядок слів у простому непоширеному та простому поширеному реченні. Питальні, заперечні та окличні речення. Типи запитань.

2 курс

Іменник. Вживання артиклів перед іменниками з препозитивними та постпозитивними означеннями дескриптивної та лімітуючої семантики. Граматична категорія означеності/неозначеності. Вживання артикля із власними назвами. Особливі випадки вживання артикля: сталі словосполучення, назви закладів (*prison, school, college, hospital, church* тощо), слова та словосполучення, що позначають пори року, рік, місяць, день, частину дня тощо.

Прикметник. Порівняльні конструкції.

Займенник. Особливості вживання неозначених та заперечувальних займенників.

Дієслово. Неособові форми дієслова: герундій, інфінітив, дієприметник. Пряма та непряма мова.

Прислівник. Ступені порівняння прислівників.

Прийменник. Прості, складні та складені прийменники. Прийменники, що виражають абстрактні відношення між предметами.

Сполучник. Морфологічна структура та значення.

Синтаксис. Складносурядні та складнопідрядні речення. Узгодження часів у складнопідрядних реченнях та непряма мова.

Інфінітив. Правила вживання, винятки. Функції інфінітива.

Герундій. Правила вживання, винятки.

Речення умовного типу. 1-й, 2-й, 3-й та змішаний типи.

Пасивний стан. Особливості пасивних конструкцій. Граматична категорія *agent*.

Майбутні часи. *Future Continuous, Future Perfect.*

Поняття формального та розмовного стилів англійської мови.

3 курс

Прикметник. Порівняльні конструкції та лексичні засоби порівняння.

Займенник. Огляд основних семантичних класів займенника.

Дієслово. Функції дієслів *to, be, to do, to have*. Граматичні та лексичні засоби вираження дії у майбутньому. Пасивний стан дієслова: особливості вживання. Модальні дієслова та їхні еквіваленти, що реалізують значення необхідності та дозволу у теперішньому та минулому часі. Особливості вживання модальних дієслів з перфектним інфінітивом: форми та значення. Умовний стан дієслова.

Прийменник. Полісемантичні прийменники.

Синтаксис. Особливості структури та значення складеного додатка. Підрядні речення умови та часу, особливості їх вживання.

Subjunctive 1, 2.

11 випадків вживання інфінітива без частки *to*.

Коротка форма інфінітива.

Граматична категорія *ellipses*.

Передача нереальних умов в англійській мові.

Різниця між британською та американською формами англійської мови.

4 курс

Прикметник. Особливості вживання прикметників у функції однорідних означень: порядок слів.

Займенник. Вживання відносних займенників.

Дієслово. Допоміжні дієслова та їх значення. Огляд видо-часових форм минулого. Огляд усіх видо-часових форм майбутнього та лексичних засобів вираження значення майбутнього. Огляд тривалого аспекту всіх видо-часових форм: порівняльна характеристика. Особливості вживання пасивних структур та альтернативних форм. Неособові форми дієслова: пасивні, перфектні та перфектно-пасивні форми герундія та інфінітива; тривалі форми інфінітива. Вживання форм інфінітива після модальних дієслів. Герундіальні та інфінітивні конструкції. Дієприкметник. Форми та значення. Незалежний дієприкметниковий зворот. Модальні дієслова та фрази. Значення, що характеризують теперішні та минулі дії. Огляд умовного способу дієслова та засоби передачі відповідних значень українською мовою. Семантичні особливості дієслів, які використовуються для передачі змісту речень у непрякій мові.

Синтаксис. Узгодження між підметом та присудком: складні випадки. Огляд порядку слів в англійському реченні: прислівники, що виражають частоту дії, прийменники в питальних реченнях тощо.

Емфатичні конструкції з **it**, **what**: емфатичне значення допоміжних дієслів у стверджувальних реченнях; інверсія. Атрибутивні підрядні речення

Пунктуація. Вживання коми перед атрибутивними підрядними реченнями.

Речення змішаного типу.

Конструкція **be + Infinitive**.

Конструкція **be + Progressive**.

Конструкція **be + to**.

Конструкція **be + about to**.

Слабка та сильна форми майбутнього часу.

Використання дієслова **shall** у реченнях умовного типу.

Форма **get** замість допоміжного дієслова в пасиві.

Суміш англійської та іспанської мов.

ЗМІСТ
дисципліни
“ПРАКТИЧНИЙ КУРС ДРУГОЇ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ
(англійська мова)”

1 курс

Змістовий модуль I. Вступ

Тема 1. Англійська мова у світі. Англійськомовні країни світу. Особливості функціонування англійської мови. Короткі відомості про виникнення англійської мови.

Тема 2. Фонетичний склад сучасної англійської мови. Голосні та приголосні. Дифтонги. Наголос. Інтонація.

Тема 3. Теперішній та минулий час. Дієслово *to be* в теперішньому та минулому часі.

Тема 4. Просте речення. Підмет у називному відмінку. Особові займенники в ролі підмета. Порядок слів у простому реченні. Загальне тестування.

Література: основна [1; 3; 10];
додаткова [15; 17]

Змістовий модуль II. Родина

Тема 1. Особова ідентифікація: вік, національність, професія. Лексичний коментар. Іменник. Множина іменників. Загальний та присвійний відмінки.

Тема 2. Сім'я, рідні, друзі. Іменник. Лексичний коментар. Множина іменників. Загальний та присвійний відмінки. Іменник. Множина іменників. Загальний та присвійний відмінки.

Тема 3. Сімейні відносини та обов'язки. Монологічне та діалогічне мовлення. Іменник. Множина іменників. Загальний та присвійний відмінки.

Тема 4. Родина. Дозвілля. Лексичний коментар. Іменник. Множина іменників. Загальний та присвійний відмінки. Неозначений та означений артикль зі злічуваними іменниками.

Тема 5. Категорія числа. Вживання артикля з незлічуваними іменниками. Множина іменника. Особливості форм множини: запозичення із латини та грецької мови. Іменники, що вживаються як злічувані/ незлічувані в різних значеннях. Загальне тестування.

Література: основна [1–3];
додаткова [15; 17]

Змістовий модуль III. Житло

Тема 1. Оселя: дім і квартира. Лексичний коментар. Поняття артикля. Вживання означеного та неозначеного артиклів.

Тема 2. Побутові прилади, меблі. Лексичний коментар. Поняття артикля. Вживання означеного та неозначеного артиклів.

Тема 3. Життя типової сім'ї в Англії. Лексичний коментар. Вживання означеного та неозначеного артиклів.

Тема 4. Життя сучасної української родини. Діалогічне мовлення. Вживання означеного та неозначеного артиклів.

Тема 5. Займенник. Особовий займенник у називній та об'єктній формах.

Тема 6. Конструкції *there is, there are*. Поняття про числівники. Модальні дієслова *can, may, must*. Загальне тестування.

Література: основна [1; 5; 10];
додаткова [14; 17]

Змістовий модуль IV. Людина та її професія

Тема 1. Зовнішність, характер. Психологічні характеристики мови тіла. Прикметник. Ступені порівняння прикметників. Неправильні форми порівняння.

Тема 2. Моя професія. Типи професій, лексичний матеріал. Новітні види професій.

Тема 3. Типовий робочий день. Лексико-граматичний матеріал. Твір.

Тема 4. Вихідні. Проведення вільного часу. Твір.

Тема 5. Дієслово. Теперішній час дієслова. Майбутній час дієслова. Порядок слів у реченні. Типи запитань. Загальне тестування.

Література: основна [1; 3; 10; 11];
додаткова [3; 10; 11]

Змістовий модуль V. Погода

Тема 1. Час і календар. Погода. Пори року. Явища природи. Вплив діяльності людини на формування сучасної погоди. Лексичний матеріал.

Тема 2. Вказівний займенник. Присвійні займенники. Абсолютна форма присвійного займенника. Тестування.

Тема 3. Неозначені займенники *some* та *any*. Числівник. Кількісні та порядкові числівники. Формування лексико-граматичних навичок.

Тема 4. Дієслово. Минулий час та форми допоміжних дієслів. Конструкція *used to* випадки вживання. Загальне тестування.

Література: основна [1; 5; 10];
додаткова [15; 16]

Змістовий модуль VI. Повсякденне життя людини

Тема 1. Їжа, приготування їжі. Кухня народів світу. Посуд. Столові прибори. Написання рецепта. Розвиток лексичних навичок. Лексичний тест.

Тема 2. Покупки, магазини. Дозвілля (подорожі, відвідування театрів тощо). Лексичний тест.

Тема 3. Дієслово у формі перфектних часів. Формування граматичних навичок.

Тема 4. Пасивний стан дієслова у видо-часових формах. Узгодження часів. Усне опитування.

Прислівник. Структура та значення. Лексико-граматичне тестування.

Література: основна [1; 3; 10; 11];
додаткова [14; 15]

2 курс

Змістовий модуль I. Культура в житті людини

Тема 1. Країни та культури. Культурні стереотипи. Вплив глобалізації на розвиток сучасних культур. Феномен японської культури. Усне опитування.

Тема 2. Географія англомовних країн. Зміни в сучасному стилі життя.

Тема 3. Іменник. Вживання артиклів перед іменниками з препозитивними та постпозитивними означеннями дескриптивної та лімітуючої семантики. Граматична категорія означеності/неозначеності.

Тема 4. Вживання артикля із власними назвами. Особливі випадки вживання артикля: сталі словосполучення, назви закладів (**prison, school, college, hospital, church** та ін.), слова та словосполучення, що позначають пори року, рік, місяць, день, частину дня та ін. Загальне тестування.

Література: основна [1; 2; 4];
додаткова [14; 15]

Змістовий модуль II. Проблеми та завдання сучасної освіти

Тема 1. Освіта. Навчання. (Україна та англомовні країни). Градація вчених ступенів. Навчальні центри нового типу.

Тема 2. Свята та особливі дати. Традиції святкування та звичаї (Україна та англомовні країни). Усне опитування.

Тема 3. Мрії та плани на майбутнє, планування особистої та професійної сфер. Усне опитування. Твір.

Тема 4. Прикметник. Порівняльні конструкції. Граматичне тестування.

Тема 5. Займенник. Особливості вживання неозначених та заперечних займенників. Загальне тестування.

Література: основна [1; 2; 11];
додаткова [15; 17]

Змістовий модуль III. Життя молоді в світі

Тема 1. Різні стилі життя. Екстремальні професії. Дозвілля (свята нашої країни та англomовних країн). Усне опитування.

Тема 2. Позитивні та негативні емоційні реакції людини та їх можливий вплив на професійну сферу життя людини. Лексичний матеріал.

Тема 3. Дієслово. Безособові форми дієслова: герундій, інфінітив, дієприкметник, загальні дані. Граматичне тестування.

Тема 4. Прислівник. Ступені порівняння прислівника. Лексико-граматичне тестування. Модульна контрольна робота.

Література: основна [1; 4; 11];
додаткова [15; 16]

Змістовий модуль IV. Театр, музика кіно

Тема 1. Культура і мистецтво нашої країни. Культура і мистецтва англomовних країн. Розвиток світової кінематографії. Історія кіно. Усне опитування.

Тема 2. Відвідування театрів, музеїв, кіно тощо. Історія викрадень полотен-шедеврів. Історія створення картини “Мона Ліза” Леонардо да Вінчі. Доповідь. Твір.

Тема 3. Дієслово. Узгодження часів. Сполучник. Морфологічна структура та значення. Тестування.

Тема 4. Пряма та непряма мова. Граматичне тестування.

Література: основна [1; 5; 11];
додаткова [15; 18]

Змістовий модуль V. Охорона здоров'я та відпочинок

Тема 1. Здоров'я людини, профілактичні засоби боротьби. Хвороби та їх симптоматика. Лікування та ліки у західній медицині. Лексико-граматичне тестування.

Тема 2. Хобі та захоплення. Вплив цього виду діяльності на розвиток особистості людини. Твір.

Тема 3. Мода, престиж та імідж. Формування стереотипних поглядів у сучасній моді. Доповідь.

Тема 4. Прийменник. Прості, складні та складені прийменники. Прийменники, що виражають абстрактні відношення між предметами. Загальне тестування.

Література: основна [1; 2; 3];
додаткова [15; 16]

Змістовий модуль VI. Для чого потрібна робота?

Тема 1. Вибір роботи, сучасні підходи. Сучасний світ і робота. Співвідношення особистісних та професійних якостей у резюме. Написання резюме.

Тема 2. Здібності людини, які відповідають сучасній парадигмі.

Тема 3. Гроші та їх роль у житті людини. Способи заробляння грошей. Гроші як бізнес-поняття, різновиди бізнесу.

Тема 4. Синтаксис. Складносурядні, складнопідрядні речення. Узгодження часів у складнопідрядних реченнях та непряма мова. Тестування.

Література: основна [1; 2; 11];
додаткова [15; 17]

Змістовий модуль VII. Засоби масової інформації та охорона навколишнього середовища

Тема 1. Сучасні засоби спілкування. Різновиди комунікації. Невербальна комунікація та характеристика фізіогноміки. Аудіювання.

Тема 2. Дослідження Всесвіту. Довкілля. Проблеми охорони навколишнього середовища та пошуки способів їх вирішення. Сучасні дослідження у космічній галузі. Усне опитування. Інтерв'ю.

Тема 3. Умовний стан дієслова. Загальний тест.

Література: основна [1–3];
додаткова [15; 17]

3 курс

Змістовий модуль I. Навчання. Проблеми сімейного навчання

Тема 1. Сучасна сім'я: зміни, проблеми та їх вплив. Сімейні обов'язки та їх розподіл. Сучасні сімейні цінності. Дискусія. Інтерв'ю.

Тема 2. Навчання, засвоєння інформації та способи запам'ятовування. Секрети фотографічної пам'яті. Дослідження доктора Лозанова. Диктант.

Тема 3. Прикметник. Порівняльні конструкції та лексичні засоби порівняння. Тестування.

Література: основна [1–4];
додаткова [15; 17]

Змістовий модуль II. Подорожі. Стиль життя

Тема 1. Мандри. Найвідоміші та найцікавіші міста світу. Правила поведінки під час подорожі. Усне опитування.

Тема 2. Біографії видатних постатей сучасності, історії життя акторів. Річард Бренсон — видатний підприємець та актор. Різні стилі життя. Доповідь. Написання твору.

Тема 3. Дієслово. Функції дієслів *to be, to do, to have*. Граматичні та лексичні засоби вираження дії у майбутньому. Загальний тест.

Література: основна [1; 3; 4; 11];
додаткова [17; 18]

Змістовий модуль III. Масмедіа. Культура

Тема 1. Новини та засоби масової інформації. Професія телерепортер. Радіо- та телепрограми, поняття рейтинговості. Монологічне мовлення. Усне опитування.

Тема 2. Технічна революція. Найвидатніші винаходи в історії людства та їх вплив на сучасну цивілізацію. Доповідь.

Тема 3. Важливі предмети матеріальної культури. Винаходи людства. Дискусія.

Тема 4. Втручання в природу: чи є воно обґрунтоване? Формування навичок монологічного та діалогічного мовлення. Твір.

Тема 5. Займенник. Огляд основних семантичних класів займенника. Загальне тестування.

Тема 6. Прийменник. Полісемантичні прийменники. Тестування.

Література: основна [1; 3; 11];
додаткова [15; 16]

Змістовий модуль IV. Норми поведінки в суспільстві

Тема 1. Соціальна поведінка в різних країнах: етикетні норми, звичаї, традиції. Лексичний коментар. Розвиток навичок монологічного та діалогічного мовлення.

Тема 2. Поведінка та дотримання суспільних правил і норм: свобода чи обмеження свободи? Написання твору.

Тема 3. Закон та правопорядок у суспільстві. Чи варто порушувати закон. Адвокатська діяльність. Доповідь за темою.

Тема 4. Модальні дієслова та їхні еквіваленти, що реалізують значення необхідності та дозволу у теперішньому та минулому часі. Формування граматичних навичок мовлення. Лексико-граматичний тест.

Тема 5. Особливості вживання модальних дієслів з перфектним інфінітивом: форми та значення. Тестування.

Література: основна [1–3];
додаткова [14; 15]

Змістовий модуль V. Майбутнє людини

Тема 1. Яким ми бачимо наше майбутнє: оптимістичні та песимістичні прогнози. Лексичний коментар. Формування навичок діалогічного мовлення.

Тема 2. Наше минуле. Історії життя відомих особистостей. Проблеми та рішення. Прийняття важких рішень. Вибір: правильний чи неправильний?

Тема 3. Пасивний стан дієслова: особливості вживання. Виконання лексико-граматичних вправ.

Тема 5. Синтаксис. Особливості структури та значення додатка.

Тема 6. Підрядні речення умови та часу, особливості їх вживання. Тестування.

Література: основна (1; 3; 9);
додаткова [16; 18]

Курс 4

Змістовий модуль I. Минуле, теперішнє та майбутнє

Тема 1. Коротка історія ХХ ст. Людство на початку ХХІ ст. Злети та падіння. Формування прогнозу на майбутнє. Доповідь.

Тема 2. Позитивні та негативні емоції. Психологічний стан людини та його вплив на фізичний стан. Техніки релаксації та боротьба із негативними наслідками стресів. Есе.

Тема 3. Прикметник. Особливості вживання прикметників у функції однорідних означень: порядок слів. Розвиток граматичних навичок. Тестування.

Література: основна [1–4];
додаткова [12–14]

Змістовий модуль II. Розум, емоції, почуття

Тема 1. Пригоди та ризик. Запобігання негативних наслідків, необдуманих дій. Екстремальні форми відпочинку сучасної молоді. Інтерв'ю.

Тема 2. Розум людини. Інтелект та його вимірювання. Розвиток інтелекту. Емоційна зрілість людини. Теорія НЛП. Дослідження феномену гіпермнезії. Написання есе.

Тема 3. Займенник. Вживання відносних займенників. Дієслово. Допоміжні дієслова та їх значення. Формування лексико-граматичних навичок. Тестування.

Література: основна [1; 2; 4; 11];
додаткова [12; 16]

Змістовий модуль III. Світові досягнення

Тема 1. Досягнення у житті людини. Найвидатніші досягнення людства за останні століття. Історія найбільших винаходів. Томас Едісон. Доповідь. Есе.

Тема 2. Огляд видо-часових форм минулого. Огляд усіх видо-часових форм майбутнього та лексичних засобів вираження значення майбутнього. Формування лексико-граматичних навичок.

Тема 3. Огляд тривалого аспекту всіх видо-часових форм: порівняльна характеристика. Тестування.

Література: основна [1; 2; 4; 11];
додаткова [15; 16]

Змістовий модуль IV. Життя молоді та молодіжні організації

Тема 1. Навчання та іспити. Тренування пам'яті. Сучасні методи обробки інформативних даних. Доповідь до теми.

Тема 2. Життя молоді та молодіжні організації. Вплив молодіжних організацій на формування сучасної молоді.

Тема 3. Особливості вживання пасивних структур та альтернативних форм. Практика діалогічного мовлення.

Тема 4. Неособові форми дієслова: пасивні, перфектні та перфектно-пасивні форми герундія та інфінітива; тривалі форми інфінітива. Формування лексико-граматичних навичок.

Тема 5. Вживання форм інфінітива після модальних дієслів. Функції інфінітива. Тестування.

Тема 6. Герундіальні та інфінітивні конструкції. Дієприкметник: форми та значення. Незалежний дієприкметниковий зворот. Формування лексико-граматичних навичок. Тестування.

Література: основна [1; 3; 11];
додаткова [16; 17]

Змістовий модуль V. Народні звичаї та традиції

Тема 1. Видатні події, свята, карнавали, фестивалі в різних країнах. Історія бразильського карнавалу. Карнавали у Венеції. Формування лексичних навичок. Доповідь.

Тема 2. Політичне життя країни. Політичні погляди. Видатні політичні діячі Сполучених Штатів Америки, їх вплив на розвиток американської нації. Есе.

Тема 3. Модальні дієслова та фрази: значення, що характеризують теперішні та минулі дії. Формування лексико-граматичних навичок. Тестування.

Тема 4. Огляд умовного способу дієслова та засоби передачі відповідних значень українською мовою. Аудіювання.

Тема 5. Семантичні особливості дієслів, які використовуються для передачі змісту речень у непрямій мові. Практика діалогічного мовлення.

Література: основна [1; 2; 4];
додаткова [12; 13; 17]

Змістовий модуль VI. Таємниці в історії людства

Тема 1. Незвичайне та дивне в житті людини: як знайти логічне пояснення? Великі загадки і таємниці в історії людства. Доповідь за темою. Написання есе.

Тема 2. Синтаксис. Узгодження між підметом та присудком: складні випадки. Порядок слів в англійському реченні: прислівники, що виражають частоту дії, прийменники в питальних реченнях та ін. Формування граматичних навичок.

Тема 3. Емфатичні конструкції з *it, what*: емфатичне значення допоміжних дієслів у стверджувальних реченнях; інверсія. Практика діалогічного мовлення.

Література: основна [1; 5; 8];
додаткова [12; 13; 18]

Змістовий модуль VII. Засоби масової інформації

Тема 1. Сучасні засоби масової інформації: п'ята влада. Вплив ЗМІ на світогляд людини. ЗМІ як засіб впливу на громадську думку. Розвиток комунікативних навичок спілкування. Інтерв'ю.

Тема 2. Історія створення каналу CNN. Тед Тернер та інші видатні постаті телеіндустрії. Вплив НТП на розвиток телеіндустрії. Доповідь за темою.

Тема 3. Атрибутивні підрядні речення та їх вживання в усному мовленні. Формування лексико-граматичних навичок.

Тема 4. Пунктуація. Вживання коми перед атрибутивними підрядними реченнями. Тестування.

Література: основна [1; 3; 5];
додаткова [12; 13; 17]

ФОРМИ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

Поточний контроль знань здійснюється шляхом усного опитування вивчених тем курсу, усного та письмового перекладу з англійської мови на українську і навпаки.

Підсумковий контроль знань проводиться наприкінці семестру за умови наявності позитивних оцінок поточного контролю шляхом проведення усного заліку/іспиту.

Екзаменаційна картка складається з одного теоретичного питання і двох практичних завдань:

- читання, переклад та переказ тексту відповідного напрямку, пояснення термінів;
- вільна бесіда на запропоновану тему курсу;
- переклад речень з української мови на англійську.

Вимоги до іспиту

1. Прочитати, перекласти українською мовою та переказати оригінальний текст. Обсяг тексту – 1500–2000 друкованих знаків.
2. Зробити усне повідомлення за широким спектром тем, вивчених упродовж семестру. Монологічне висловлювання обов'язково повинне включати лексико-граматичний матеріал, засвоєний протягом семестру, відповідати мовним нормам, бути логічним і послідовним. Обсяг – 10–15 речень.
3. Усно перекласти речення з української мови англійською (за тематикою, визначеною для кожного етапу навчання). Обсяг перекладу – 5 речень.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

Розмовна тематика

1. Біографія.
2. Родинні стосунки.
3. Навчання.
4. Вибір професії.
5. Робочий день.
6. Дозвілля.
7. Покупки.
8. Кухня.
9. Подорож.
10. Транспорт.

11. У лікарні.
12. На пошті.
13. Житло.
14. Місто.
15. Сільське життя.
16. Харчування.
17. Зовнішність та характер людини.
18. Спорт.
19. Культура.
20. Природа.
21. Погода.
22. Традиції.
23. Україна.
24. Англomовний світ.
25. Спілкування.
26. Література.
27. Політичне життя.
28. Преса та телебачення.
29. Держава та політичні інституції.
30. Економіка.
31. Видатні події, свята, карнавали, фестивалі в різних країнах світу.
32. Політичне життя країни.
33. Видатні політичні діячі.
34. Незвичайне та дивне в житті людини.
35. Великі загадки і таємниці в історії людства.
36. Сучасні засоби масової інформації.
37. Вплив ЗМІ на світогляд людини.
38. Проблеми екології в сучасному світі.
39. Правила поведінки.
40. Життя молоді в англomовних країнах.

Граматичний матеріал

1. Відмінювання іменника.
2. Утворення множини іменника.
3. Артикль.
4. Present Simple.
5. Наказовий спосіб дієслів.
6. Правильні та неправильні дієслова.
7. Past Simple.

8. Present Continuous Tense.
9. Future Simple.
10. Present Perfect Tense.
11. Past Continuous Tense.
12. Future Continuous Tense.
13. Present Perfect Continuous Tense.
14. Past Perfect Tense.
15. Пасивний стан дієслів.
16. Узгодження часів.
17. Умовний спосіб.
18. Модальні дієслова.
19. Прикметник: ступені порівняння прикметників, відмінювання, поширені означення.
20. Займенники: особові, присвійні, вказівні.
21. Займенник **some, any, no**.
22. Числівник: кількісні та порядкові.
23. Прислівник, ступені порівняння прислівників.
24. Прийменник.
25. Просте речення: порядок слів.
26. Складне речення: порядок слів.
27. Складносурядні речення.
28. Підрядні додаткові.
29. Підрядні означальні речення.
30. Підрядні умовні речення.
31. Підрядні речення часу.
32. Підрядні речення мети.
33. Підрядні речення причини.
34. Підрядні допустові речення.
35. Пряма та непряма мова.
36. Безособові форми дієслова.
37. Особливості вживання модальних дієслів з перфектним інфінітивом.
38. Сильна та слабка форми майбутнього часу.
39. Граматична категорія еліпс.
40. Коротка форма інфінітиву.
41. Граматична категорія **agent**.
42. Передача запланованих дій.

КОНТРОЛЬНІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ СТУДЕНТІВ ЗАОЧНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ

Завдання 1

1. Прочитайте текст та перекладіть його.

THE TERGET MARKET

1. The marketing strategies of determining product, price, placement, and promotion are not planned in isolation. Marketing analysts often look at a combination of these four factors. This combination of the four P's is known as the marketing mix. The elements of the marketing mix focus on the consumer. In order to develop a successful marketing mix, researchers first ask two questions: who is going to buy the product? What is the potential to sell this product?
2. The group of customers or consumers who will probably buy the product is known as the target market. The company directs its marketing efforts towards this group of potential customers who form the target market.
3. A successful marketing mix depends on the knowledge about consumers and their buying habits gained through market research as well as correct identification of the target market. Strategies of product, price, placement, and promotion are blended in order to reach a chosen group of consumers.

AIRLINE ADVERTIZING

4. Advertising is a forum of communication intended to promote the sale of a product or service. Airline advertising in particular is intended to increase passenger-cargo carriage, to popularize transport services offered by the airline, to provide information about flights, fares and about everything that is new in air transport services.
5. The purpose of advertising is to influence the minds of the people to whom it is addressed. It is delivered to its audience through various media. Advertising media can be classified as follows: or printed media (newspapers, magazines, books, booklets leaflets, brochures, catalogues, calendars etc.), an aerial medium or radio, kinetic or moving media (films, television tapes), direct mail media (sent directly to individuals-letters, postcards, booklets, calendars, etc.), outdoor media (sings, posters, electric displays, show window displays etc.). Air shows, record flights, airlines uniform are also kinds of advertising media.

II. Знайдіть у тексті та випишіть еквіваленти наступних слів та словосполучень: мета, цільовий ринок, маркетингові дослідження, фактори маркетингу компанії, споживач, клієнт, рекламні засоби, листівка, телеролики, пряма розсилка, плакати, вівіска, електрореклама.

III. Дайте відповіді на запитання.

1. What is the marketing mix?
2. What do the elements of the marketing mix focus on?
3. What is the group of customers who will probably buy the product known as?
4. What does a successful marketing mix depend on?
5. What is the function of Airline advertising?
6. What are the advertising media? (you are advised to make up a scheme).

IV. Поставте до тексту шість питань — два загальних та чотири спеціальних.

Завдання 2

I. Прочитайте текст та перекладіть його.

ASPECTS OF THE AIRLINE PRODUCT

1. The major components of the airline product are as follows: 1) aircraft type; 2) schedule; 3) price; 4) customer service. Customer Service is the umbrella term, which covers all of the product features offered by airlines. In a highly competitive market, understanding what constitutes customer service can help to see why a given airline has a share of the market. Customer service is especially important in securing the repeat business of the regular traveler.
2. The different elements which comprise the overall feature of customer service are as follows:
customer service at the point of sale; customer service at the airport (home and destination); in-flight service; post-flight service. Total quality concept
3. Many airlines are now moving away from the practice of treating the elements of the airline's product separately. Instead, they are trying to achieve total quality throughout the entire company — this is known as the total quality concept. It holds that every person and every concept in the airline either immediately or ultimately affects the customer and the product—therefore customer satisfaction is everyone's responsibility.

4. Increasingly, it is becoming clear that airlines who do not put the total quality concept into practice are in danger of falling behind in the market place. As the market becomes ever more competitive, the “service” aspect of the airline business becomes more and important.

II. Знайдіть у тексті та выпишіть еквіваленти наступних слів та словосполучень: обслуговування клієнтів, ринок з високим рівнем конкуренції, постійний пасажир, обслуговування в польоті, після-польотне обслуговування, відповідальність, концепція тотальної якості.

III. Поставте до тексту шість питань — два загальних та чотири спеціальних

Завдання 3

I. Прочитайте текст та перекладіть його.

AIRCRAFT OPERATING COSTS AND PROFITABILITY

1. One of the most important functions of an airline marketing manager is to formulate and implement policies which will gain the maximum profit per unit of capital invested in the business. These policies are affected by the cost of the product. Cost also has a heavy influence on two other important aspects of the airline business: a) the level of service, which an airline can offer to its customers; b) the airline's competitiveness.

Airline Cost Structure:

- 1) Direct Operating Costs
- 2) Indirect Operating Costs
- 3) Overheads.

2. Direct Operating Costs (DOCs) occur if and only if a given flight is actually operated. There are two types of Direct Operating Costs: a) Aircraft Related DOCs (fuel and oil, maintenance, landing fees, en route/navigation fees, handling fees, crew expenses); b) Traffic related DOCs (passenger and cargo commission, airport load fees, in flight catering, general passenger related costs).

3. Indirect Operating Costs include aircraft standing charges, flight crew pay, cabin crew pay, maintenance labour, etc. These costs remain the same once a certain level of flying programme has been chosen. In other words, if the flight programme, is changed (due to a flight cancellation, for example), none of the costs in any of the above categories will be reduced. All of these costs are directly affected by aircraft type.

4. Overheads include sales costs, administration, accounts, general management, and employment/personnel departments.

5. An understanding of aircraft costs and how they are allocated is essential to an airline marketing manager. This is because his policies are directly affected by the cost of his company's product. Added to this, he must also have a clear understanding of costs comparison parameters and profitability analysis:

a) costs per aircraft kilometer, seat kilometer and tone kilometer; b) profitability and the break-even load factor (which is the percentage of an aircraft's total capacity which must be filled in order to at least cover the costs of the operation, i. e. the load factor at which operating revenues will equal operating costs). In the airline industry, three basic parameters are relevant when assessing profitability:

- the revenue per RTK (or revenue tone kilometer)
- the cost per CTK (or capacity tonne kilometer)
- the load factor

If fares began to fall at the same time as costs began to rise, two things would happen. First, the revenue per RTK would decrease and secondly, there would be a substantial change in the break-even load factor.

2. *Знайдіть у тексті та випишіть еквіваленти наступних слів та словосполучень: конкурентоздатність, операційні витрати, прямі операційні витрати, непрямі операційні витрати, накладні витрати, скасування рейсу, зайнятість, вартість літака. Прибуток, місткість, технічне обслуговування, плата за посадку літака, у дорозі, харчування у польоті, фактор завантаження "при своїх" (без прибутку та збитків), зменшуватися, відділ кадрів.*

3. *Дайте відповіді на наступні запитання.*

- 1) What are the two types of Direct Operating Costs?
- 2) What do Indirect Operating Costs Include?
- 3) What do overheads include?
- 4) What does "profitability analysis" imply?

Завдання 4

I. Прочитайте текст та перекладіть його.

THE MARKET

1. Most people are able to understand the terms market price and market demand, but many are not clear as to what constitutes a market. Certainly the term includes places that have a physical location, such as a local

produce or fish market. But, in broader terms, a market really refers to any exchange mechanism that brings buyers and seller's of a product together. There may be times when we need to inspect or get further on-the-spot information about a product before we buy it, and this is the purpose of the retail market. But there are other times when we possess sufficient information about a product or a producer that it's not necessary to actually see either of them before we purchase. This applies, for instance, if you wish to buy stocks and bonds or make a purchase on the Internet. Increasingly, in these days of higher costs of personal service and greater availability of electronic communication, markets are becoming both wider and more accessible. The market for commodities such as copper, gold or rubber, for instance, is both worldwide and anonymous, in that the buyers and sellers seldom meet in person.

2. By a market, then, we mean any environment in which buyers and sellers can communicate, which is relatively open and operates without preference. When we talk of the market price, then, we mean the price available to all buyers and sellers of a product; by market demand we mean the total quantities demanded; and market supply refers to the quantity made available by all suppliers at each possible price.
3. There is a variety of different types of markets, some of which work very well and others that work poorly, if at all. The market is very (economists call it "perfectly") competitive. It is necessary to mention that a perfectly competitive market is, among other things, one in which there are many small producers, each selling an identical product.

II. Знайдіть у тексті та випишіть еквіваленти наступних слів та словосполучень: ринковий попит, механізм обміну, додаткові дані, остання інформація, ринок роздрібної торгівлі, володіти, купувати, запас акцій, облігації, витрати, наявний, зустрічати один одного, поставання на ринок.

III. Поставте до тексту шість питань — два загальних та чотири спеціальних

Завдання 5

I. Прочитайте текст та перекладіть його.

SETTING THE PRICE

How are prices set? Through most of history, prices were set by buyers and sellers negotiating with each other. Sellers would ask for a higher price than they expected to receive, and buyers would offer less than they expected to pay. Through bargaining, they would arrive at an acceptable price.

“Setting one price for all buyers is a relatively modern idea. It was given impetus by the development of large-scale retailing at the end of the nineteenth century. F. W. Woolworth, Tiffany and Co., John Wanamaker, J. L. Hudson, and others advertised a ‘strictly one-price policy’ because they carried so many items and supervised many employees.

Price has operated as the major determinant of buyer choice. It is one of the most important elements ‘determining company market share and profitability. Price is the only element in the marketing mix that produces revenue; the other elements represent costs. Yet many companies do not handle pricing well. The most common mistakes are: pricing is too cost oriented; price is not revised often enough to” capitalize on market changes; price is set independently of the rest of the marketing mix rather than as an intrinsic element of market-positioning strategy; and price is not varied enough for different product items and market segments.

Companies handle pricing in a variety of ways. In small companies, prices are often set by top management rather than by the marketing or sales department. In large companies, pricing is typically handled by divisional and product-line managers. Even here, top management sets the general pricing objectives and policies and often approves the prices proposed by lower levels of management. In industries where pricing is a key factor (aerospace, railroads, oil companies), companies will often establish a pricing department to set prices or assist others in determining appropriate prices. This department reports either to the marketing department or top management. Others who exert an influence on pricing include sales managers, production managers, finance managers, and accountants.

II. Знайдіть у тексті та выпишіть еквіваленти наступних слів та словосполучень: проведення переговорів, укладення угоди, стимул, єдина ціна, широкомасштабна роздрібна торгівля, керувати, частка ринку, прибутковість, прибуток, витрати, наживати капітал на чомусь, значний елемент, регулювати, керівник філіалу, впливати.

III. Поставте до тексту шість питань — два загальних та чотири спеціальних.

Завдання 6

I. Прочитайте текст та перекладіть його.

PLACING GOODS IN THE MARKET PLACE

1. In the quartet of the P's (product, price, placement and promotion), place is the shorthand description for the means by which the matching

process between the needs of the market and the offering of the firm is finally achieved by getting the product to the right place at the right time.

2. The channel of distribution is the route that a product takes in reaching its end users. Outlets must be created which enable the product and the customer to be physically brought together, and which enable the customer to buy.
3. A fundamental issue regarding channels of distribution, whether on the trading or the physical side, is whether the producer should take the product direct to the end-user himself, or whether intermediaries should be used. Intermediaries are in fact used more often than not. and channels of distribution often amount to chains of such intermediaries.
4. The use of any intermediaries at all is bound to result in some degree of loss of direct contact with the market place and loss of control over key areas such as customer service policy. So why, in fact, are intermediaries used?
5. One reason for their use is that intermediaries specialize in particular activities. Hence, economies of specialization are achieved and the channel as a whole benefits from division of labor. The intermediary may also achieve economies of scale through high volume at high throughput levels that are normally unavailable to a single firm doing the same tasks on its own account.
6. The use of intermediaries also reduces 'contractual costs'. These are the costs of the contacts that need to be made between buyers and sellers to distribute a product.

II. Знайдіть у тексті та випишіть еквіваленти наступних слів та словосполучень: торгівельно-розподільна мережа, ринок збуту, давати можливість, основне питання, посередник, до певних витрат, принести користь, загалом, розподіл праці, пропускна спроможність, знижувати, витрати.

III. Поставте до тексту шість питань — два загальних та чотири спеціальних.

Завдання 7

I. Прочитайте текст та перекладіть його.

THE PROMOTION MIX

1. Advertising's public nature suggests that the advertised product is standard and legitimate. Advertising lets the seller repeat a message

many times, and it lets the buyer receive and compare the messages of various competitors. Large-scale advertising by a seller says something positive about the seller's size, popularity, and success. Advertising is very expressive, letting the company dramatize its products through the artful use of print, sound, and color. Advertising can reach masses of geographically spread-out buyers at a low cost per exposure.

2. Advertising also has some shortcomings. Although it reaches many people quickly, advertising is impersonal and cannot be as persuasive as a company salesperson. Advertising is able to carry on only a one-way communication with the audience, and the audience does not feel that it has to pay attention or respond. In addition, advertising can be very costly. Although some forms, such as newspaper and radio advertising, can be done on small budgets, other forms, such as network TV advertising, require very large budgets.
3. Personal selling. Personal selling is the most effective tool at certain stages of the buying process, particularly in building up buyers' preferences, convictions, and actions. As compared with advertising, personal selling has several unique qualities. It involves personal interaction between two or more people, so each person can observe the other's needs and characteristics and make quick adjustments. Personal selling also lets all kinds of relationships spring up, ranging from matter-of-fact selling relationship to a deep personal friendship. The effective salesperson keeps the customer's interests at heart in order to build a long-run relationship. Finally, the buyer usually feels a greater need to listen and respond, even if the response is a polite 'no thank you'.
4. Sales promotion. Sales promotion includes a wide assortment of tools — coupons, contests, cents-off deals, premiums, and others — and these tools have many unique qualities. They attract consumer attention and provide information that may lead the consumer to buy the product. They offer strong incentives to purchase by providing inducements or contributions that give additional value to consumers. And sales promotions invite and reward quick response. While advertising says 'buy our product', sales promotion says 'buy it now'.

II. Знайдіть у тексті та выпишіть еквіваленти наступних слів та словосполучень: стандартний, ліцензійний продукт, широкомасштабна реклама, за низькою вартістю, з урахуванням ризику, недолік, бути переконливим, перевага і переконання покупця, виникати, рекламування продажів, надавати значного стимулу.

III. Поставте до тексту шість питань — два загальних та чотири спеціальних.

Завдання 8

1. Прочитайте текст та перекладіть його.

MANAGEMENT FUNCTIONS

1. Management plays a vital role in any business or organized activity. Management is composed of a team of managers who have charge of the organization at all levels. Their duties include making sure company objectives are met and seeing that the business operates efficiently. Regardless of the specific job, most managers perform four basic functions. These management functions are planning, organizing, directing and controlling.
2. Planning involves determining overall company objectives and deciding how these goals can best be achieved. Organizing is the process of putting the plan into action. This involves allocating resources, especially human resources, so that the overall objectives can be attained. Staffing, choosing the right person for the right job, may also be included as part of the organizing function.
3. Third is the day-to-day direction and supervision of employees. In directing, managers guide, teach, and motivate workers so that they reach their potential abilities and at the same time achieve the company goals that were established in the planning process. Effective direction, or supervision, by managers requires ongoing communication with employees.
4. In the last management function, controlling, managers evaluate how well company objectives are being met. If major problems exist and goals are not being achieved, then changes need to be made in the company's organizational or managerial structure. In making changes, managers might have to go back and replant, reorganize and redirect.

II. Знайдіть у тексті та выпишіть еквіваленти наступних слів та словосполучень: впевнюватися, мета компанії, досягати, потенційні здібності, ефективне керівництво, розподіл ресурсів, функції управління, процес планування, постійний зв'язок.

III. Дайте відповіді на питання.

- 1) What do the duties of managers include?
- 2) What does planning involve?
- 3) What do managers do in the organizing phase?
- 4) 4. What does effective direction require?
- 5) What could a manager discover in performing the controlling function?

IV. Поставте до тексту шість питань — два загальних та чотири спеціальних.

Завдання 9

I. Прочитайте текст та перекладіть його.

AIRLINE MARKETING

1. No study of air transport economics would be complete without reference to the role played by the airline marketing department and the man who runs it. A definition of marketing might be "Getting the right services in the right quantity to the right place at the right time- and making a profit out of the operation". Marketing is not merely a matter of selling a product. It is concerned with what is to be sold, how it is to be sold, when it is to be sold and where it is to be sold. Basically, marketing fills the need of management, as an intelligence service to provide an assessment of the market's potential both in its scope and of the people who make up that market. In other words, discover where the customers are to be found, how many they are, what they want (or can be persuaded they want) and whether their number will tend to grow or diminish. An important task for the marketing manager is to study the attributes and shortcomings of competitors and to assess the degree of competitive merit they enjoy in the market place.
2. Marketing has to concern itself with the promotion and presentation of the airline product, through advertising, merchandising, demonstration and other forms of presentation. Since marketing does often invade the territory of other departments within an organization, the marketing manager must possess a capacity for dealing with other people, have qualities of persuasion and be capable of winning the cooperation of others. He operates through a team and must have the ability to inspire enthusiasm for his ideas and plans. It has been said that the real marketing manager of a company is its Chairman or President. Certainly he will require the fullest support of top management.
3. Marketing is not a concept to be left entirely to the marketing department. Its principles must be applied to all sectors of the company and to all levels of management, it is concerned with the likes and dislikes of the customers, so a customer-oriented policy is to be maintained

II. Знайдіть у тексті та випишіть еквіваленти наступних слів: прибуток, продавати, розвідка, вода, оцінювати, політика збуту, переконувати, споживач, конкурент, кількість, зменшуватися, якість.

Поставте до тексту шість питань — два загальних та чотири спеціальних.

Завдання 10

1. Прочитайте текст та перекладіть його.

BRANDING DECISIONS

1. Brand decisions are an important part of product strategy. The company must first decide: Do we develop a brand or not? Historically, most products went unbranded. However, today branding has grown so strong that almost everything is branded. Apart from a phase in the late '70s when there was a return to unbranded or generic products, a brand name has become a vital part of a product's identity.
2. The issue of branding raises some questions. Why have branding in the first place? Who benefits from branding? How do they benefit? What is the cost of branding?
3. Having decided to brand a product, the manufacturer has three sponsorship options: Do we launch it under the manufacturer's own label? Would it be better to launch it through middlemen under a private label? Or should we combine these two strategies and use both labels? As an example, in the fashion industry the use of private labels has increased dramatically and some marketers predict that middlemen's brands will eventually knock out all but the strongest manufacturer's brands.
4. Two of the questions which must be answered are: Does the company want to tie its name and therefore reputation to the product's success? Do we want to save on advertising costs in the long run by establishing a strong family name for a line of products?
5. Finally, we come to the actual choice of name. Most large marketing companies have developed a formal brand name selection process. In all cases these are some of the questions which must be asked about a proposed name:

II. Знайдіть у тексті та выпишіть еквіваленти наступних слів: прийняття рішення щодо торгівельної марки, значна частина, родовий (загальний), суперечливе питання, мати користь, гарантований вибір, презентувати на ринку, перемагати, урешті-решт, витрати на рекламу, пропонувати, відмінний, юридичний захист, порушувати.

III. Дайте відповіді на питання.

- 1) Does it suggest something about the product's benefits and qualities?
- 2) Is it easy to pronounce, recognize and remember?
- 3) Is it distinctive — does it stand out from its competitors?
- 4) Does it translate easily into other languages?
- 5) Can it be registered for legal protection? Brand names, which infringe on existing brands or are merely descriptive, may be unprotectable?

IV. Поставте до тексту шість питань — два загальних та чотири спеціальних

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

Основна

1. Аракин В. Д. Практический курс английского: Учеб. англ. яз. для I, II, III, IV, V курсов. — М.: Высш. шк., 2001, 2002.
2. Янсон В., Свистун Л. Практический курс английского языка. — К.: Логос, 2002.
3. Паращук В. Ю., Грицюк Л. Ф. Практикум з граматики англійської мови: Навч. посіб. для студ. старш. курсів ф-тів інозем. мов, спец. “Англійська мова”. — 1-ше вид. — Вінниця: Нова книга, 2002.
4. Murphy R. Essential Grammar in Use. — Cambridge University Press, 2001.
5. Soars L., Soars J. New Headway Elementary / Pre-Intermediate / Intermediate / Upper-Intermediate. Student's Book. — Oxford University Press, 1997.
6. Cunningham S., Moor P. Cutting Edge. Intermediate. Students' book. — Longman Inc., 2000.
7. Cunningham S., Moor P. Cutting Edge. Pre-Intermediate. Students' book. — Longman Inc., 2004.
8. Cunningham S., Moor P. Cutting Edge. Upper-Intermediate. Students' book. — Longman Inc., 2000.
9. Doff A., Jones C. Language in Use. Pre-Intermediate / Intermediate / Upper-Intermediate. — Cambridge University Press, 2001.
10. Thomson A. J., Martinet A. V. A Practical English Grammar: Exercises 1. — Oxford University Press, 1986.
11. Thomson A. J., Martinet A. V. A Practical English Grammar: Exercises 2. — Oxford University Press, 1986.

Додаткова

12. Chambers Dictionary of Idioms: English-Ukrainian semibilingual. — К.: Всесвіт, 2002.
13. Chambers Dictionary of Phrasal Verbs: English Ukrainian semibilingual. — К.: Всесвіт, 2003.
14. Бахов І. С. Практикум з граматики англійської мови. English Grammar Practice: Навч.-метод розробка. — К.: МАУП, 2001.
15. Качалова К. П., Израшлевич Е. Е. Практическая грамматика английского языка: В 2 т. — К.: Методика, 1995.
16. Swan M. Practical English Usage. International student's edition. — Oxford University Press, 1997.

ЗМІСТ

Пояснювальна записка	3
Тематичний план дисципліни “Практичний курс другої іноземної мови (англійська мова)”	4
Граматичний матеріал	9
Зміст дисципліни “Практичний курс другої іноземної мови (англійська мова)”	12
Форми поточного та підсумкового контролю	21
Питання для самоконтролю	21
Контрольні завдання для студентів заочної форми навчання	24
Список літератури	35

Відповідальний за випуск *А. Д. Вегеренко*
Редактор *С. М. Толкачова*
Комп'ютерне верстання *А. А. Кучерук*

Зам. № ВКЦ-4111

Формат 60×84/16. Папір офсетний.
Друк ротатійний трафаретний.

Наклад 30 пр.

Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП)
03039 Київ-39, вул. Фрометівська, 2, МАУП

ДП «Видавничий дім «Персонал»

03039 Київ-39, просп. Червонозоряний, 119, літ. XX

*Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єктів видавничої справи ДК № 3262 від 26.08.2008*