

МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
щодо забезпечення самостійної роботи студентів
з дисципліни «Англійська мова за професійним спрямуванням»
(для бакалаврів)

Київ 2016

Підготовлено завідувачем кафедри іноземних мов Баховим І.С.

Затверджено на засіданні кафедри іноземних мов (протокол № 4 від 24.11.2016)

Схвалено Вченою радою ІМВ ім. Аверроеса (протокол № 4 від 24.11.2016)

Бахов І. С. Методичні рекомендації щодо забезпечення самостійної роботи студентів з дисципліни “Іноземна мова (за професійним спрямуванням) (англійська)” (для бакалаврів). – К.: МАУП, 2016.

Методичні рекомендації містять пояснювальну записку, перелік тем для самостійного вивчення, шкалу самооцінювання професійних мовленнєвих умінь, контрольний перелік професійних мовленнєвих умінь для самооцінювання, завдання для самостійної роботи студентів, а також список літератури.

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Самостійна робота студентів є складовою навчального процесу, важливим чинником, який формує вміння навчатися, сприяє активізації засвоєння студентом знань. Самостійна робота студентів є основним засобом опанування навчального матеріалу у позааудиторний час.

Мета самостійної роботи студентів – сприяти засвоєнню в повному обсязі навчальної програми та формуванню самостійності як особистісної риси та важливої професійної якості, сутність якої полягає в умінні систематизувати, планувати та контролювати власну діяльність.

Основні завдання:

- навчити майбутнього фахівця вільно орієнтуватися в сучасному інформаційному потоці з метою удосконалення іншомовних умінь і навичок;
- удосконалювати комунікативні уміння й навички володіння англійською мовою при спілкуванні на професійні теми;
- розвивати уміння адекватно поводитися в різних життєвих ситуаціях ділового спілкування;
- готувати майбутнього фахівця до наукової діяльності, продовження освіти.

Наприкінці курсу студенти повинні вміти:

вести бесіду-діалог проблемного характеру відповідно до програмної тематики та комунікативної функції;

робити самостійні усні монологічні повідомлення англійською мовою за тематикою курсу;

реферувати (усно та письмово) оригінальні різностильові тексти;

здійснювати адекватний переклад з англійської мови на українську та навпаки текстів, що відповідають тематиці та рівню складності курсу.

ПЕРЕЛІК ТЕМ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ВИВЧЕННЯ

1. Знайомство. Візитна картка. (Introductions. Business card.)
2. Ділова комунікація. (Business communication.)
3. Розмова по телефону. (Speaking on the phone.)
4. Ділове листування. (Business correspondence.)
5. Ділові зустрічі. (Business appointments.)
6. Збори. (Meetings.)

7. Фінанси. Банки. (Finance. Banking.)
8. Переговори. (Negotiations.)
9. Презентації. (Presentations.)
10. Маркетинг. (Marketing.)
11. Менеджмент. (Management.)
12. Економіка. (Economy.)
13. Імпорт та експорт. (Import and export.)
14. Контракти. (Contracts.)
15. Міжнародний бізнес. (International business.)
16. Торгівля. (Trade.)
17. Офіс. (Office.)
18. Працевлаштування. (Employment.)
19. Бізнес. (Business.)
20. Попит та пропозиція. (Demand and supply.)
21. Розподіл. Доставка. (Distribution. Shipping.)
22. Організація. Компанія. Фірма. Бренд. (Organization. Company. Firm Brand.)
23. Реклама. (Advertising.)
24. Конкуренція. (Competition.)
25. Відрядження. (Business trips.)
26. Страхування. (Insurance.)
27. Виробництво та послуги. (Production, manufacturing and services.)
28. Гроші. Ціни. (Money. Prices.)
29. Ділова етика. (Business ethitics.)
30. Митниця. (Customs.)

ШКАЛА САМООЦІНЮВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ МОВЛЕННЄВИХ УМІНЬ

(згідно із рекомендаціями Ради Європи)

Оскільки Україна заявила про свій намір стати рівноправним партнером в рамках Болонського процесу, то очікується, що українські ВНЗ будуть здійснювати навчальний процес відповідно до європейських стандартів володіння мовою. Враховуючи результати національної реформ и викладання англійської мови у загальноосвітніх школах та беручи до уваги міжнародну практику мовної освіти у ВНЗ, встановлено, що мінімально прийнятним рівень володіння мовою (PBM) для бакалавра є B2 (Незалежний

користувач). Критерії для цього рівня базуються на дескрипторах, запропонованих Загальноєвропейськими рекомендаціями з мовної освіти (2001 р.); на вимогах освітньо-кваліфікаційних характеристик (ОКХ) випускників, затверджених Міністерством освіти і науки України; на конкретних посадових інструкціях, що розроблені та затверджені підприємствами, організаціями, інститутами; на результатах допроектного дослідження викладання англійської мови професійного спрямування (2004 р.) та опитування фахівців, викладачів і студентів ВГІЗ.

Вихідний РВМ В2 для бакалаврів слід оцінювати під час іспиту в кінці курсу. Мовну компетенцію випускників слід перевіряти відповідно до стандартів досягнень, складених на основі Галузевих стандартів вищої освіти з посиланнями на дескриптори рівня В2 Загальноєвропейських рекомендацій (2001 р.).

Для отримання ступеня бакалавра студент крім професійних навичок повинен уміти ефективно спілкуватися англійською мовою у професійному середовищі, щоб:

обговорювати навчальні та пов'язані зі спеціалізацією питання, для того щоб досягти порозуміння зі співрозмовником;

готувати публічні виступи з великої кількості галузевих питань, застосовуючи відповідні засоби вербальної комунікації та адекватні форми ведення дискусій і дебатів;

знаходити нову текстову, графічну, аудіо- та відеоінформацію, що міститься в англійськомовних галузевих матеріалах (як у друкованому, так і електронному вигляді), користуючись відповідними **пошуковими** методами і термінологією;

аналізувати англійськомовні джерела інформації для отримання даних, що є необхідними для виконання професійних завдань і прийняття професійних рішень;

писати професійні тексти і документи англійською мовою з галузевих питань;

писати ділові та професійні листи, демонструючи міжкультурного розуміння та попередні знання у конкретному професійному **контексті**;

перекладати англійськомовні професійні тексти на рідну мову, користуючись двомовними термінологічними словниками, електронними словниками та програмним забезпеченням перекладацького спрямування.

B1	B2	C1
<p>Я можу розуміти короткі інформаційні повідомлення, інструкції, основний зміст зборів, доповідей, радіо- та ТВ програм з кола знайомих навчальних або професійних питань, коли мовлення чітко і стандартне.</p>	<p>Я можу розуміти розгорнуте мовлення академія-ного та професійного характеру (лекції, звіти, презентації, дискусії, радіо- та ТВ програми) стандартною мовою у нормальному темпі.</p>	<p>Я можу без надмірних зусиль розуміти довготривале мовлення на абстрактні та складні теми академічного або професійного спрямування, розпізнаючи широкий діапазон ідіоматичних виразів, термінів та реєстрів.</p>
<p>Я можу з деякою допомогою читати й розуміти прості тексти з фактичною інформацією з навчальної та професійної сфер. Я можу розпізнавати невеликий діапазон термінології і навчальної або професійної сфер, користуючись довідковими ресурсами.</p>	<p>Я можу з високим рівнем самостійності читати й розуміти складні тексти академічного та професійного характеру, в яких автори висловлюють певне ставлення і власну точку зору. Я можу розпізнавати широкий діапазон термінології та скорочень з навчальної і професійної сфер, користуючись вибірково довідковими ресурсами.</p>	<p>Я можу з легкістю читати й розуміти в деталях складні тексти академія-ного та професійного змісту. Я можу розпізнавати весь діапазон професійної термінології, зрідка користуючись довідковими ресурсами.</p>

<p>Я можу без підготовки вступати у розмову/підтримувати розмову на знайомі теми, пов'язані з навчанням та професією.</p> <p>Я можу справитися з більшістю ситуацій, що можуть виникнути в академічному або професійному середовищі.</p>	<p>Я можу використовувати мову невимушено, точно й ефективно для спілкування на різноманітні теми, пов'язані з навчанням та професією. Я можу брати активну участь у розгорнутих бесідах та дискусіях на більшість загальних академічних або професійних тем, наводячи та обґрунтовуючи власні погляди.</p>	<p>Я без зусиль можу брати участь у будь-якій розмові чи дискусії на абстрактні, складні та незнайомі теми, пов'язані з навчанням і професією.</p> <p>Я можу спілкуватись адекватно, невимушено і спонтанно, не вагаючись підбирати слова.</p>
<p>Я можу будувати прості зв'язні висловлювання з різноманітних навчальних та професійних тем. Я можу коротко обґрунтувати свої думки, плани і дії.</p>	<p>Я можу робити чіткі, детальні описи та презентації з широкого кола навчальних і професійних тем, розгортаючи та підтримуючи ідеї відповідними прикладами і використовуючи відповідну термінологію.</p>	<p>Я можу робити чіткі, детальні, структуровані описи та презентації зі складних навчальних і професійних тем, враховуючи підтеми і деталізуючи окремі положення змісту.</p>
<p>Я можу писати прості зв'язні тексти на навчальні та професійні теми. Я можу письмово передати просту інформацію: скласти план або анотацію, звіт про свою роботу, заповнити стандартний бланк, написати простою ділового листа.</p>	<p>Я можу писати чіткі, детальні тексти на теми, пов'язані з навчальною та професійною сферами, узагальнюючи інформацію з різних джерел та оцінюючи її.</p> <p>Я можу писати різні типи ділових листів, рекомендації, анотації та резюме різних</p>	<p>Я можу висловитися у чітких структурованих текстах академічного та професійного спрямування, розгортаючи, підтримуючи і деталізуючи погляди додатковими думками, наводячи аргументи і приклади.</p> <p>Я можу писати переконливі листи, шанобливо</p>

	ресурсів, добираючи відповідний стиль.	звертаючись до адресата
--	--	-------------------------

**КОНТРОЛЬНИЙ ПЕРЕЛІК ПРО ФЕСІЙНИХ МОВЛЕННЄВИХ
УМІНЬ ДЛЯ САМООЦНЮВАННЯ**

Професійні вміння, які я можу використовувати іноземною мовою
Аудіювання
Я можу розуміти стандартні усні тексти на навчальні та професійні теми нормативною мовою у нормальному темпі.
Я можу розуміти основну інформацію лекцій, бесід, доповідей, презентацій, дискусій на навчальні та професійні теми нормативною мовою у нормальному темпі.
Я можу розуміти основний зміст розмови з носіями мови у нормальному темпі в навчальному чи професійному оточенні.
Я можу розуміти більшість записаних або трансьованих аудіо-матеріалів нормативною мовою, яку можу почути у суспільному, професійному або навчальному житті, і визначити ставлення мовця, а також зміст інформації.
Я можу розуміти оголошення, повідомлення та інструкції щодо конкретних чи абстрактних навчальних і професійних тем нормативною мовою у нормальному темпі.
Діалогічне мовлення
Я можу активно підтримувати розмову чи дискусію на загальні навчальні та професійні теми, наводячи та обґрунтовуючи власні погляди.
Я можу зрозуміло й чітко викласти власні ідеї та погляди на навчальні і професійні теми, надати необхідні пояснення і коментарі, обґрунтовувати власну точку зору в офіційній і неофіційній бесіді.
Я можу надійно передати детальну навчальну або професійну інформацію, синтезуючи дані з декількох джерел.

Я можу прискорити виконання роботи, пропонуючи іншим приєднатися, висловитися.
Я можу розуміти детальні професійні інструкції і відреагувати адекватно.
Я можу проводити ефективне інтерв'ю, розмовляючи швидко і влучно, спонтанно відступаючи від підготовлених запитань і ставлячи більш детальні запитання.
Я можу взяти на себе ініціативу у проведенні співбесіди, розгортаючи та розвиваючи ідеї майже без підтримки інтерв'юера.
Я можу поводитись і реагувати влучно у загальних суспільних, навчальних і професійних ситуаціях повсякденного життя і знаю правила поведінки в таких ситуаціях (жести, зоровий контакт, особистий простір і мову тіла у кожній ситуації).
Монологічне мовлення
Я можу докладно й чітко описати і презентувати широкий спектр навчальних і фахових питань, пояснюючи ідеї та підкреслюючи їх відповідними прикладами.
Я можу детально презентувати основні положення певних професійних питань, вживаючи відповідну термінологію.
Я можу розгортати систему доводів з актуальних навчальних і професійних питань, виділяти важливі моменти і підкріплювати твердження доречною детальною інформацією.
Я можу відповісти на запитання після доповіді, демонструючи таке жваве мовлення і реакцію, що ані слухачі, ані я не відчуваємо незручностей.
Читання
Я можу досить самостійно отримувати інформацію, ідеї та погляди з широкого кола навчальних і професійних джерел, правильно розуміючи терміни й аббревіатури та вибірково застосовуючи довідкові джерела.
Я можу швидко визначити зміст і доречність нових джерел, статей і звітів з метою пошуку інформації з широкого кола навчальних і професійних тем.
Я можу здійснювати пошук інформації у мережі Інтернет.
Я можу легко знаходити необхідну навчальну та професійно орієнтовану інформацію у бібліотечних каталогах.
Я можу розуміти статті, звіти і доповіді з сучасної навчальної і професійної тематики, розуміти позицію автора та виділяти найважливіші місця.

Я можу розуміти ділову кореспонденцію, пов'язану з моїм навчальним або професійним середовищем, й усвідомлювати найсуттєвіше.
Я можу розуміти розгорнуті інструкції та правила, інколи використовуючи словники і довідкову літературу.
Письмо
Я можу вести поточне ділове і професійне листування, висвітлюючи особисте значення подій та власний досвід у навчальному і професійному житті
Я можу написати есе на навчальні та професійні теми, у якому наводяться аргументи за чи проти певної думки, пояснюються переваги і недоліки різних позицій.
Я можу писати звіти стандартного формату на навчальні та професійні теми, впевнено висловлюючи власну точку зору щодо накопиченої фактичної інформації.
Я можу писати короткі службові записки, що містять доцільну навчальну або професійну інформацію для адресата та адекватно передають найсуттєвіші ідеї.
Я можу прийняти і записати повідомлення на професійні теми, що містять запит та пояснюють проблеми.
Я можу занотувати найважливіші ідеї під час чіткої, добре структурованої лекцій, семінару, конференції, зборів тощо.
Я можу складати анотації та реферувати широке коло змістових навчальних та професійних текстів, коментуючи протилежні точки зору й основні положення.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

Task 1

1. Read, translate into Ukrainian and retell in English) the text.

Introduction Letters

Get your foot in the door with a well-written introduction letter and make a powerful first impression!

7 tips for writing an effective introduction letter to introduce yourself:

1. Whenever possible, address your letter to a specific person.
2. Begin your letter by stating your name and your position or role, if relevant.
3. Tell how you got the reader's name, if applicable.
4. Give the purpose for your letter.

5. Indicate what it is that you hope to accomplish by sending your letter (for example, setting up a time that you can meet in person with the reader) or what you would like the reader to do in response to your letter (such as grant you an interview).

6. Include any other important information about yourself or the purpose of your letter (such as your contact information, brief history of your organization, your goals, or the like).

7. Close by thanking the person, and end on a positive note.

7 tips for writing a letter to introduce another individual:

1. As you begin, mention the person by name.

2. Identify your association with the person, whether it be personal, professional, etc. Briefly tell the reader about your experience with the person.

3. For a business contact, you might want to include the person's qualifications or positive qualities, or mention past projects he/she has worked on or companies he/she has worked for.

4. Identify the purpose of your letter and what you hope to accomplish by sending it.

5. If you would like to give the reader the opportunity to meet with the person you are introducing, include the person's contact information or mention when and possibly where the individuals might be able to meet. However, do not put the reader under any obligation.

6. Especially for business contacts, you might include the person's business card, if possible.

7. Close your letter by indicating your confidence that the meeting would be a positive experience for both individuals, by reaffirming your hope that they can meet, by restating your esteem for the individual, etc.

8 tips for introducing a company, organization, product, or service:

1. Identify the name of your company or organization.

2. Tell about the company or organization. Mention how it was started, how long you've been in business, your mission or business objective or goals, and so forth.

3. If appropriate, identify the product(s) or service(s) you provide, and identify the benefits of buying or using these products or services. Tell why they are better than the competition; how they will save the reader time/money, make his/her quality of life better, or help him/her to accomplish a certain goal; and so on. In short, tell the reader why he/she must have the product or service you offer.

4. Invite the person to an open house, grand opening, sale, etc. if applicable.

5. If you represent an organization, describe the benefits of the organization, such as the good they do in the community, what they have been able to accomplish in the past, the benefits of membership (if applicable), and so forth.

6. Invite the reader to be your customer or to join your organization, or include information on how he/she can purchase your product or service, whether at a physical store, online, over the phone, etc.

7. Include information that will allow the reader to find out more if desired about your company or organization or the products or services you provide.

8. Close by expressing your hope that the person will want to join your organization or become a customer.

7 tips for introducing a new product or service to an established customer:

1. Thank the reader for his/her past business.

2. Describe the new products or services you are offering.

3. Indicate why the reader should purchase the product or service (i. e., mention the benefits of the product or service).

4. If possible, include a pamphlet, brochure, catalog, etc. that shows and describes the new products or services.

5. If you are making a special promotional offer or having a special sale on the new products or services, include information about it.

6. Indicate how the person can find out more information or tell how he/she can buy your product or service.

7. Close by reiterating how valuable the customer is to you and, if desired, by mentioning your hope that the reader will buy the new product(s) or service(s) you are offering.

2. Make 5 questions to the text and answer them.

3. Translate into English.

1. З давніх-давен представники різних народів, зустрічаючись, різними способами вітають один одного (бажають добра, щастя і здоров'я).
2. Вітання — найпоширеніший звичай у діловому спілкуванні і вимагає тактовності.
3. Кожному народу, кожній соціальній групі властива власна манера привітання.
4. Так, монголи та ін- докитайці виявом ввічливості

вважають потирання носа, а у Новій Зеландії вітають один одного, дотикаючись носами. 5. Серед народів Нігерії виявом поваги є дотик лобом до підлоги, а ось жителі Тибету?, вітаючись, знімають головний убір правою рукою, ліву закладають за вухо і при цьому висовують язика. 6. В Японії застосовуються три види поклонів: найнижчий – сайкейрей, середній – під кутом 30° і легкий – під кутом 15°. 7. На Сході характерною ознакою привітання є нахил корпусу з одночасним викиданням рук. 8. У країнах, де зберігся монархічний чи напівфеодальний режим, існують привітання у вигляді коліноскхилення: повного (на обох колінах) і неповного (на одному). 9. В Європі зазвичай вітають один одного, трохи підіймаючи лівою рукою капелюха і роблячи легкий уклін головою. 10. Порушенням етикету є шумні, нестримані привітання.

Task 2

1. Read, translate (into Ukrainian) and retell tin English) the text.

Exchanging Business Cards: Do's and Dont's of Business Introductions
(by Christopher J. Brunner)

Exchanging business cards can be a smooth transaction, or it could be an awkward situation. Use this guide to plan ahead so that you arc ready when someone asks for your business card.

Do be prepared Always have a handful with you to present to potential clients or other business associates, even on the weekends. You'll find that many important contacts and business card exchanges can take place in the most unlikely places.

Don't hand out torn or worn business cards Make sure they are clean and crisp with no frayed edges or pen marks. The best method of keeping your cards in neat form is a business card case. With designs ranging from techie to artsy to formal, you are bound to find one that fits your style and personality.

Do make it a point to hand out business cards It doesn't take a large convention to bring customers and business owners together. Informal meetings are one of the best times to network and exchange business cards, [f the person you are speaking with seems interested in your product or service you represent, offer that person a business card.

Do receive a business card properly When accepting a business card, have a good look at it for a few seconds. In your conversation, offer a compliment about the logo, design, etc.

Don't hand out more than one card to a new contact Only give one

business card to your new contact. Leaving two or three may give the signal that you want them to make contacts for you which is tacky and unprofessional. Unless a prior agreement is made to exchange more than one card, keep the focus on person-to-person contact.

Do exchange business cards smoothly When you first meet someone, it's ok to request a business card from them. However, If the person is of a higher position than yourself, you should wait for them to offer their card to you first. Remember if they want you to have a card, they will give you one!

Don't place it in a bag, pocket or wallet Place the card you receive in a planner, notebook or business card case. Never place the card in a wallet that will be put in your back pocket. Doing so shows disrespect and an all around lack of organization on your part.

Do take advantage of free advertising Local restaurants often hang a bulletin board near the front counter for business cards to be posted. You can also place your business card in the collection cups for drawings or mixers. They're offering you free advertising, so be ready to take advantage.

2. ***Make 5 questions to the text and answer them.***

3. ***Translate into English.***

1. У наш час візитна картка вручається людині, з якою хочуть познайомитися ближче або збираються продовжити ділові відносини.

2. Підприємцеві рекомендується завжди маги при собі не менше десяти візитних карток. 3. На ***стандартній візитній картці*** прописним шрифтом друкується прізвище, ім'я, по-батькові; малими літерами — посада, адреса фірми і телефон, іноді факс. 4. На деяких візитках вказується тільки адреса і телефон фірми — це так звані ***картки фірми***. 5 Ліри знайомстві першим вручає візитну картку той, чий рані' або посада нижчі. 6. Якщо партнери займають приблизно однакові посади, то першим візитку має вручити молодший за віком. 7. Якщо і посада, і вік однакові, то не має значення, хто першим вручить візитну картку. 8. Під час ділової зустрічі з іноземними партнерами у вашій фірмі першими повинні вручити візитну картку ви. 9. Коли ви перебуваєте за кордоном, то першими візитні картки вручають ваші партнери. 10. Під час переговорів візитні картки рекомендується розташовувати на столі у тому порядку, у якому сидять партнери. 11. Візитні картки найчастіше вручають особисто. 12. При цьому не прийнято висловлювати подяку або які-небудь інші почуття. 13. Візитні картки можна залишати в будинку адресата на момент його відсутності. 14. Якщо ви доставили картку особисто, то можете відігнути правий верхній кут.

15. Таку картку залишають у тих випадках, коли через якісь причини вас не могли прийняти. 16. Загин на картці означає, що ви особисто залишили візитну картку на знак глибокої поваги.

Task 3

1. Read, translate (into Ukrainian) and retell (in English) the text.

BUSINESS COMMUNICATION

Business Communication is communication used to promote a product, service, or organization; relay information within the business; or deal with legal and similar issues.

Business Communication encompasses a variety of topics, including Marketing, Branding, Customer relations, Consumer behaviour, Advertising, Public relations, Media relations, Corporate communication, Community engagement, Research & Measurement, Reputation management, Interpersonal communication, Employee engagement, Online communication, and Event management.

The Business Communication message is conveyed through various channels of communication, including the Internet, Print (Publications), Radio, Television, Ambient, Outdoor, and Word of mouth.

Business Communication is a common topic included in the curricula of the Masters of Business Administration (MBA) program of many universities.

There are several methods of business communication, including:

- Web based communication — for better and improved communication, anytime anywhere...
- e-mails, which provide an instantaneous medium of written communication worldwide;
- telephoned meetings, which allow for long distance oral communication;
- forum boards, which allow people to instantly post information at a centralized location; and
- face to face meetings, which are personal and should be succeeded by a written followup.

2. Make 5 questions to the text and answer them.

3. Translate into English.

1. Ділова розмова вимагає ретельної підготовки, оскільки найчастіше переговори — єдина можливість переконати співрозмовника співпрацювати з вами. 2. Будь-якому підприємцеві необхідно добре знати правила ведення ділової розмови. 3. Розмову починає гість, але ділову частину розмови

повинен вести той, хто приймає гостей. 4. Ініціатива в бесіді залежить від вашої активності, інтуїції та інформованості. 5. Не слід саджати гостя за свій письмовий стіл. 6. Бесіду прийнято вести за спеціально призначеним для цього столом, при цьому гість повинен розташовуватися праворуч від вас. 7. Під час ділової бесіди не слід підвищувати голос, дратуватися, палити сигарети у присутності некурців, називати на ім'я людину, яка була щойно представлена вам. 8. Не слід знімати піджак, якщо інші не роблять цього. 9. Спиртні напої під час ділової бесіди не подаються. 10. На стіл можна поставити мінеральну або фруктову воду, покласти сигарети, а хвилин за п'ять-десять запропонувати каву чи чай. 11. Після закінчення бесіди приймаючий обов'язково повинен провести гостей до коридору.

Task 4

1. Read, translate (into Ukrainian) and retell (in English) the text.

TELEPHONE TIPS 1. Speak slowly and clearly

Listening to someone speaking in a second language over the telephone can be very challenging because you cannot see the person you are trying to hear. However, it may be even more difficult for the person you are talking with to understand you. You may not realize that your pronunciation isn't clear because your teacher and fellow students know and understand you. Pay special attention to your weak areas (such as "rs" and "l's" or "b's" and "v's") when you are on the phone. If you are nervous about using the phone in English, you may notice yourself speaking very quickly. Practise or write down what you are going to say and take a few deep breaths before you make a phone call.

2. Make sure you understand the other speaker

Don't pretend to understand everything you hear over the telephone. Even native speakers ask each other to repeat and confirm information from time to time. This is especially important if you are taking a message for someone else. Learn the appropriate expressions that English speakers use when they don't hear something properly. Don't be afraid to remind the person to slow down more than once. Keep your telephone in an area that is away from other noise distractions such, as a radio or television.

3. Practise with a friend

Ask another student to practise talking on the phone with you. You might choose one night a week and take turns phoning each other at a certain time. Try to talk for at least fifteen minutes. You can talk socially, or role play different scenarios in a business environment. If you don't have access to a telephone, you

can practise by setting two chairs up back to back. The most important thing about practising telephone English is that you aren't able to see each other's mouths. It is amazing how much people lip-read without realizing.

4. **Use businesses and recordings**

There are many ways to get free telephone English practice. After business hours, you can call and listen, to recorded messages. Write down what you hear the first time, and then call back and check if your notes are accurate. Use the phone in your everyday life. Call for a pizza delivery instead of going out to eat. Call a salon to book a hair appointment. You can even phone the movie theatre to ask for the listings instead of using the newspaper. Some large cities have free recordings you can call for information such as your daily horoscope or the weather. (Make sure that you aren't going to get charged for these numbers first.) Some products have free phone numbers on the packaging that you can call for information. Think of a question you might want to ask and call the free number! For example, call the number on the back of the cereal box and ask for coupons. You will have to give your name and address. Make sure you have a pen handy so that you can repeat the information and check your comprehension.

5. **Learn telephone etiquette (manners)**

The way that you speak to your best friend on the phone is very different to the way you should speak to someone in a business setting. Many ESL speakers make the mistake of being too direct on the telephone. It is possible that the person on the other line will think that you are being rude on purpose if you don't use formal language in certain situations. Sometimes just one word such as "could" or "may" is necessary in order to sound polite. You should use the same modals you would use in a formal "face-to-face" situation. Take the time to learn how to answer the phone and say goodbye in a polite manner, as well as all the various ways one can start and end a conversation casually.

6. **Practise dates and numbers**

It only takes a short time to memorize English Phonetic Spelling, but it is something that you will be able to use in any country. You should also practise saying dates and numbers aloud. You and a friend can write out a list of dates and numbers and take turns reading them over the phone to each other. Record what you hear. Swap papers the next day and check your answers. Click here to learn more about numbers.

2. ***Make 5 questions to the text and answer them.***

3. ***Translate into English.***

1. У напруженому житті ділових людей спілкування по телефону є

незамінною можливістю для швидкого розв'язання проблем.

2. Однак перш ніж телефонувати у важливій справі, особливо до людини, статус якої вищий, а її рішення матиме важливе значення, треба спочатку добре обміркувати можливий перебіг майбутньої розмови.

3. Для цього треба уявити собі людину, з якою доведеться розмовляти, і розмову будувати, враховуючи її особливості. 4. До того ж треба зважати на те, що в неї обмаль часу і не вона є ініціатором бесіди. 5. Бесіда має відбуватися поетапно: взаємне привітання, уведення співрозмовника в курс справи, обговорення проблеми, заключні слова. 6. Викладаючи проблему по телефону, слід дотримуватись максимальної лаконічності фраз, точності формулювань, однозначності висловлювань, чіткості дикції. 7. Умовно телефонну розмову можна поділити на *офіційну* і *приватну*. 8. Телефонна розмова, як правило, починається з привітання. 9. Не слід запитувати: з ким я говорю? 9. Часто в державних установах можна почути шаблонну фразу — турбує вас такий-то... 10. Ділова телефонна розмова в роботі установи чи

закладу аж ніяк не може турбувати, бо вона для цього й призначена. 11. Важливим є вміння слухати співрозмовника. 12. Вихована людина не буде перебивати співрозмовника чи поправляти. 13. За етикетом завершує телефонну розмову як у діловому, так і приватному спілкуванні, її ініціатор. 14. Завершуючи телефонну розмову, обов'язково треба попрощатися. 15. Варто пам'ятати, що надмірна ввічливість, улесливість не прикрашають співрозмовника, це, навпаки, свідчить про його низький етичний рівень і може викликати роздратування.

Task 5

1. Read, translate <into Ukrainian> and retell (in English) the text.

BUSINESS CORRESPONDENCE (BYLESLEIE TEBBE, SALARY. COM CONTRIBUTOR)

Business correspondence serves a variety of purposes throughout the career cycle, but most of all it reflects professional courtesy during the job search.

It can be quite time-consuming to correspond personally with everyone you encounter during a job hunt, but each person has the potential to play a role in your job-hunting network. While generally not required, correspondence through formal letters, memos, or email also provides an opportunity to remind the company and the people you have contacted of your interest.

Cover letters

More than a mere formality, a cover letter can spark interest in your special skills and give extra information. Cover letters help explain anomalies that may stand out in a resume, such as a move or career change, salary requirements, or your special link to the company.

Keep the letter to a few brief paragraphs. Avoid generalizations, even when you send out a mass mailing. Be clear about where you are, what you have to offer, what you want, and when you want it.

Mention only positive things. For example, instead of stating: “Even though I only have two years experience in the industry,...” leave out the negative clause and write: “I doubled my experience in the industry by spending two years in a highly competitive company”.

Be formal, yet friendly and open. Use statistics, highlighted statements, or bullets. Because recruiters often skim, make sure vital information can be easily spotted.

Personalize

Address the cover letter to a specific person if you can. Use the head of human resources as a contact if you cannot pinpoint the manager for the particular job you want. If you know someone at the company, or if you have some recognizable and attractive qualification the recruiter would jump at, put it in the first sentence.

Vary your approach

There are a number of reasons why you might be contacting an employer during a job search and it is important to highlight the strengths of each approach in your cover letter.

- When responding to a job posting, refer to where and when you saw the advertisement. Tailor your letter to the job as described by showing how your skills and experience perfectly match its requirements.

- If you send a resume blindly, you have the opportunity to show off your ambition as a proactive rather than reactive job seeker. This drive could be something potential employers applaud. Point it out.

- Your best shot at being hired comes from someone referring you to the job or by using a mutual contact's name. Include in your job search people your friends have mentioned, people you have met or heard about at a social gathering, and professional contacts from your current job. Mention the contact's name in the first sentence and refer to any previous meetings or conversations.

Say why you fit

Explain what intrigues you about the position and the company. If there are

aspects of the job that would enhance your career, state them.

Use the cover letter to show how and why you are a perfect match. Highlight a couple of skills from your resume. Get specific. If you are answering an ad, respond directly to the points raised in the job description.

Keep an eye on the industry and the companies you are looking at to spot trends or developments. Mention a company's recent media exposure or incorporate relevant industry news into your cover letter. Be creative.

Start the communication ball rolling

Sometimes a cover letter is just a heads-up that you will be calling. Add a paragraph at the end saying when you plan to follow up and how you can be contacted

Say thank you

Thank-you letters remind employers of your presence in the applicant pool. If eloquently written, they might help tip the balance in your favor. They cannot hurt, even if the company has already settled on you. They restate your interest in the position, give thoughts in response to the interview, and reaffirm the next step. The thank-you can be handwritten, typed, or emailed, but should be brief.

Respond to rejection

You are not expected to respond to a rejection letter. But if you get one, the company clearly values formality and a response would show your professionalism. The letter should be brief, leaving open mention of the future.

Decline with finesse

If you have more than one offer, or you feel that a position does not meet your satisfaction, send a letter politely declining the job. You may need or want to communicate with this employer in the future and you will want to maintain good relations. In a couple of short paragraphs, thank the recruiter for his/her time and be vaguely positive about future contact.

Formally accept

Beyond the obvious statement of thanks for having been offered a position, the acceptance letter formalizes your agreement to the terms of the job as described in the offer letter. It can be a good legal move as well as a polite one. After the statement of thanks, briefly restate your duties, salary, and benefits package as you understand them.

2. *Make 5 questions to the text and answer them.*

3. *Translate into English.*

1. Незалежно від змісту, стиль ділового листа повинен мати доброзичливий, партнерський характер. 2. У ньому поєднують природні етичні норми людських відносин та інтереси справи, не підкреслюють значущість власного службового становища. 3. Усю кореспонденцію можна поділити на формальну та неформальну. 4. Формальні листи — підготовлені від імені підприємства, фірми іншій фірмі та мають офіційний характер. 5. Неформальні листи — складаються після офіційного знайомства, після встановлення партнерських відносин між працівниками одного рівня (наприклад, менеджером зі збуту однієї фірми аналогічному менеджеру іншої фірми) з пропозицією про особисту зустріч для обговорення ділових питань, обміну інформацією.

Task 6

1. Read, translate (into Ukrainian) and retell (in English) the text.

BUSINESS APPOINTMENTS

From time to time we all need to cancel or postpone an appointment due to unforeseen circumstances and, for the most part, we can do this verbally over the phone or in person.

There are, however, occasions where it's necessary to confirm this in writing. Sometimes it is mandatory and other times we may simply do this as a courtesy gesture or to provide ourselves with written confirmation as back-up that we have cancelled or postponed an appointment in case there might be legal ramifications and/or charges attached if a company, for example, decides to take action against us for failing to notify them.

More often than not, charges or legal action associated with cancellations tend to be with regard to purchase agreements we have entered into and not appointments we have failed to keep. However, as a precautionary measure, it makes sense to send a written notification in these instances too in order to avoid any confusion. For example, you may cancel a dental appointment over the phone but, for whatever reason, it might not have been entered onto the system correctly and you might find yourself receiving a letter down the track in which your dentist is charging you a fee for your apparent 'failure' to keep the appointment.

On the other hand, letters of this kind are often sent as a courtesy and to allow others to amend their diaries and also to, perhaps, make the most of their busy schedule. This will often be associated with business where a meeting might be arranged but where one of the parties involved have to cancel or postpone for some reason.

A letter informing somebody of your need to cancel or postpone an appointment can be quite brief. You should firstly apologise that you cannot honour the appointment and state the date and time that it was due to take place. It's also courteous to state the reason why you have had to postpone or cancel. If it's a postponement, you should give the recipient a date and time you can re-arrange it for, or, alternatively, it is often better to ask them to get back to you with an alternative date and time.

1. Make 5 questions to the text and answer them.

2. Translate into English.

1. Будь-яка зустріч, а тим більше ділова, відбувається з певною метою. 2. Критеріями оцінки результатів взаємодії окрім досягнення бажаної мети є фактори, що відображають ресурсні витрати учасників; час, ступінь напруженості і характер відносин між ними. 3. Щоб ефективно провести ділову зустріч, до неї необхідно серйозно підготуватись і продумати все до дрібниць. 4. Про ділову зустріч прийнято домовлятися заздалегідь, при цьому час між домовленістю і власне зустріччю залежить від конкретних обставин та її програми.

5. У межах одного регіону найдоцільніше домовлятися за 2-3 дні.

6. Запланована за десяток днів ділова зустріч часто буває підготовлена гірше лише через психологічні причини. 7. Спочатку наче є час для розв'язання організаційних питань у наступні дні, а потім, з огляду на можливі непередбачені обставини, часу може просто не залишитись.

8. Особливої ретельності потребує організація зустрічі з іноземцями.

9. До такої зустрічі потрібно, безперечно, готуватися завчасно, передбачивши всі елементи програми їх перебування: порядок зустрічі; персональний склад учасників; участь представників преси; вручення квітів; вітальні промови; розміщення у готелі; ділова частина; відвідування культурних об'єктів; поїздки країною; неофіційні прийоми; проводи. 10. Про організацію ділової зустрічі можна домовлятися за допомогою електронної пошти, по факсу чи, найпростіше,— по телефону. 11. Перед тим, як взяти в руки телефонну трубку, пропонується накреслити всі важливі організаційні моменти зустрічі. 12. Оскільки, якщо щось забути, виходити повторно на зв'язок буде не зовсім зручно. 13. Протоколом передбачаються такі основні моменти домовленості: предмет ділової зустрічі; місце проведення; часові межі.

Task 7

1. Read, translate (into Ukrainian) and retell (in English) the text.

MEETINGS

(from Wikipedia, the free encyclopedia)

Meetings are sometimes held around conference tables.

In a meeting, two or more people come together for the purpose of discussing a (usually) predetermined topic such as business or community event planning, often in a formal setting.

In addition to coming together physically (in real life, face to face), communication lines and equipment can also be set up to have a discussion

between people at different locations, e. g. a conference call or an e-meeting.

In organizations, meetings are an important vehicle for human communication. They are so common and pervasive in organizations, however, that many take them for granted and forget that, unless properly planned and executed, meetings can be a terrible waste of precious resources.

Because of their importance, a career in professional meeting planning has emerged in recent years. In addition, the field of Meeting Facilitation has formalized with an internationally-recognized “Certified Professional Facilitator” designation through the International Association of Facilitators (IAF)

Meetings are often held in conference rooms

Meetings fall into ten categories:

- 1) Status Meetings, generally Leader-led, which are about reporting by one-way communication.
- 2) Work Meetings, which produce a product or intangible result such as a decision.
- 3) Staff meeting — typically a meeting between a manager and those that report to the manager (possibly indirectly).
- 4) Team meeting — a meeting among colleagues working on various aspects of a team project.
- 5) Ad-hoc meeting — a meeting called together for a special purpose.
- 6) Management meeting — a meeting among managers.
- 7) Board meeting — a meeting of the Board of directors of an organization.
- 8) One to one meeting — a meeting between two individuals.
- 9) Off-site meeting — also called “offsite retreat” or “retreat” and known as an Awayday meeting in the UK.
- 10) Kick-off Meeting— is the first meeting with the project team and

the client of the project to discuss the role of each team member.

Meeting styles

- stand-up meeting
- breakfast meeting
- off-site meeting

Meeting frequency options

Since a meeting can be held once or often, the meeting organizer has to determine the repetition and frequency of occurrence of the meeting. Options generally include the following:

• A **one-time meeting** is the most common meeting type and covers events that are self-contained. While they may repeat often, the individual meeting is the entirety of the event. This can include a 2006 conference. The 2007 version of the conference is a standalone meeting event.

• A **recurring meeting** is a meeting that recurs periodically, such as an every Monday staff meeting from 9:00AM to 9:30 AM. The meeting organizer wants the participants to be at the meeting on a constant and repetitive basis. A recurring meeting can be ongoing, such as a weekly team meeting, or have an end date, such as a 5 week training meeting, held every Friday afternoon.

• A **series meeting** is like a recurring meeting, but the details differ from meeting to meeting. One example of a series meeting is a monthly “lunch and learn” event at a company, church, club or organization. The placeholder is the same, but the agenda and topics to be covered vary. This is more of a recurring meeting with the details to be determined.

2. Make 5 questions to the text and answer them.

3. Translate into English.

1. Перший крок до успіху ділової зустрічі — це правильний вибір часу і дня тижня. 2. При зустрічі віч-на-віч необхідно брати до уваги обставини ділового життя партнера і його біоритми. 3. При великій кількості учасників бажано бути в курсі справ усіх і кожного і враховувати ділові звички партнерів. 4. Щоб зустріч відбулась на належному рівні, психологи пропонують враховувати деякі фактори. 5. Не планувати зустріч безпосередньо перед обідом: поспіх та думки про їжу лише заважатимуть. 6. Приблизно об 11 годині організм вже потребує підзарядки, тому, якщо зустріч вже передбачена, буде добре у процесі переговорів запропонувати партнерам чашку кави, щось поїсти. 7. Це підбадьорить обидві сторони. 8. Не слід планувати зустріч і одразу після обіду, її бажано проводити хоча б через

годину, надавши партнерам можливість зібратися з думками і переглянути інформацію, що надійшла. 9. У понеділок людям потрібен час, щоб налаштуватися на робочий ритм після вихідних. 10. Хоча, з іншого боку, у понеділка є перевага “свіжої голови”, і в цей день можна зустрітися для обговорення важливих проблем, плануючи закінчити їх до кінця тижня. 11. У п’ятницю люди вже очікують вихідних, цей день — не найкращий для додаткового напружування думок. 12. Обговорюйте тривалість зустрічі. 13. Може статися так, що ваш непопереджений партнер через півгодини після початку зустрічі вибачиться і, пославшись на необхідність виконання своїх не менш важливих справ, залишить нас. 14. Обумовленого часу проведення зустрічі прийнято дотримуватись обов’язково. 15. У випадку, якщо у вашого партнера виявиться щільний графік роботи, організуйте проведення ділової зустрічі таким чином, щоб був час не лише для викладення вашої позиції, а й для можливих відповідей на запитання і необхідних пояснень, не поглядаючи на годинник. 16. Домовившись про час проведення зустрічі, будьте точним. 17. Запізнення вважається зневагою до приймаючої особи і може позначитись на ході переговорів. 18. У випадку припустимої затримки намагайтесь знайти можливість, нехай навіть за короткий час, попередити партнера і відповідно вибачитись. 19. Приймаючий має моральне право, почекавши гостя належну чверть години, зайнятися своїми справами, передоручивши переговори своїм заступникам, або взагалі в цей день відмовитись від зустрічі

Task 8

/. Read, translate (into Ukrainian) and retell (in English) the text.

FINANCE

Finance studies and addresses the ways in which individuals, businesses, and organizations raise, allocate, and use monetary resources over time, taking into account the risks entailed in their projects. The term **finance** may thus incorporate any of the following:

- The study of money and other assets;
- The management and control of those assets;
- Profiling and managing project risks;

The science of managing money;

- As a verb, “to finance” is to provide funds for business or for an individual’s large purchases (car, home, etc.).

The activity of finance is the application of a set of techniques that

individuals and organizations (entities) use to manage their money, particularly the differences between income and expenditure and the risks of their investments.

An income that exceeds its expenditure can lend or invest the excess income. On the other hand, an entity whose income is less than its expenditure can raise capital by borrowing or selling equity claims, decreasing its expenses, or increasing its income. The lender can find a borrower, a financial intermediary, such as a bank or buy notes or bonds in the bond market. The lender receives interest, the borrower pays a higher interest than the lender receives, and the financial intermediary pockets the difference.

A bank aggregates the activities of many borrowers and lenders. A bank accepts deposits from lenders, on which it pays the interest. The bank then lends these deposits to borrowers. Banks allow borrowers and lenders, of different sizes, to coordinate their activity. Banks are thus compensators of money flows in space.

A specific example of corporate finance is the sale of stock by a company to institutional investors like investment banks, who in turn generally sell it to the public. The stock gives whoever owns it part ownership in that company. If you buy one share of XYZ Inc, and they have 100 shares outstanding (held by investors), you are 1/100 owner of that company. Of course, in return for the stock, the company receives cash, which it uses to expand its business in a process called “equity financing”. Equity financing mixed with the sale of bonds (or any other debt financing) is called the company’s capital structure.

Finance is used by individuals (personal finance), by governments (public finance), by businesses (corporate finance), etc., as well as by a wide variety of organizations including schools and non-profit organizations. In general, the goals of each of the above activities are achieved through the use of appropriate financial instruments, with consideration to their institutional setting.

Finance is one of the most important aspects of business management. Without proper financial planning a new enterprise is unlikely to be successful. Managing money (a liquid asset) is essential to ensure a secure future, both for the individual and an organization.

2. Make 5 questions to the text and answer them.

3. Translate into English.

1. Провідною ланкою фінансової системи держави є фінанси підприємств усіх форм власності, які через систему податків перераховуються до бюджетів усіх рівнів. 2. При вивченні фінансів підприємств необхідно враховувати різні форми власності: державну, акціонерну, орендну і приватну. 3. Фінансові ресурси підприємства — це його грошові засоби, що

перебувають у його постійному або частковому володінні для забезпечення умов безперервної діяльності, а також достатніх доходів і накопичень. 4. Джерелом фінансових ресурсів є створюваний підприємствами чистий продукт у грошовому вираженні. 5. Фінансова самостійність підприємств потребує активної фінансово-господарської діяльності, яка забезпечувала б можливість не лише покривати виробничі витрати, а й створювати прибуток.

Task 9

1. Read, translate (into Ukrainian) and retell (in English) the text.

BANKING

A **bank** is a commercial or state institution that provides financial services, including issuing money in various forms, receiving deposits of money, lending money and processing transactions and the creating of credit. A commercial bank accepts deposits from customers and in turn makes loans, even in excess of the deposits; a process known as fractional-reserve banking. Some banks (called Banks of issue) issue banknotes as legal tender. Many banks offer ancillary financial services to make additional profit; for example, most banks also rent safe deposit boxes in their branches.

Currently in most jurisdictions commercial banks are regulated and require permission to operate. Operational authority is granted by bank regulatory authorities which provides rights to conduct the most fundamental banking services such as accepting deposits and making loans. A commercial bank is usually defined as an institution that both accepts deposits and makes loans; there are also financial institutions that provide selected banking services without meeting the legal definition of a bank.

Banks have influenced economies and politics for centuries. I historically, the primary purpose of a bank was to provide loans to trading companies. Banks provided funds to allow businesses to purchase inventory, and collected those funds back with interest when the goods were sold. For centuries, the banking industry only dealt with businesses, not consumers. Commercial lending today is a very intense activity, with banks carefully analysing the financial condition of their business clients to determine the level of risk in each loan transaction. Banking services have expanded to include services directed at individuals, and risk in these much smaller transactions are pooled.

A bank generates a profit from the differential between the level of interest it pays for deposits and other sources of funds, and the level of interest it charges in its lending activities. This difference is referred to as the ***spread*** between the cost

of funds and the loan interest rate. Historically, profitability from lending activities has been cyclic and dependent on the needs and strengths of loan customers. In recent history, investors have demanded a more stable revenue stream and banks have therefore placed more emphasis on transaction fees, primarily loan fees but also including service charges on array of deposit activities and ancillary services (international banking, foreign exchange, insurance, investments, wire transfers, etc.). However, lending activities still provide the bulk of a commercial bank's income.

The name *bank* derives from the Italian word *banco* "desk/bench", used during the Renaissance by Florentines bankers, who used to make their transactions above a desk covered by a green tablecloth. However, there are traces of banking activity even in ancient times.

2. *Make 5 questions to the text and answer them.*

3. *Translate into English.*

1. Як будь-яке підприємство, банк є самостійно господарюючим суб'єктом, має права юридичної особи, виробляє та реалізує продукт, виконує послуги, діє на принципах госпрозрахунку. 2. Він вирішує питання, пов'язані із задоволенням суспільних потреб у своєму продукті та послугах і реалізацією на основі отриманого прибутку соціальних та економічних інтересів як членів його колективу, так і інтересів власника майна банку. 3. Банк може здійснювати будь-які види господарської діяльності, якщо вони не суперечать законам країни та впливають із статуту банку. 4. Банки "купають" ресурси, "продають", функціонують у сфері перерозподілу, сприяють обміну товарами. 5. Банк — це і кредитор, і позичальник, і посередник між юридичними і фізичними особами, і посередник у грошових розрахунках, у цих якостях він розкриває свою суть.

Task 10

1. *Read, translate into Ukrainian) and retell (in English) the text.*

NEGOTIATIONS

Broadly speaking, **negotiation** is an interaction of influences. Such interactions, for example, include the process of resolving disputes, agreeing upon courses of action, bargaining for individual or collective advantage, or crafting outcomes to satisfy various interests. Negotiation is thus a form of alternative dispute resolution.

Negotiation involves three basic elements: process, behaviour and substance. The process refers to how the parties negotiate: the context of the negotiations, the

parties to the negotiations, the tactics used by the parties, and the sequence and stages in which all of these play out. Behaviours to the relationships among these parties, the communication between them and the styles they adopt. The substance refers to what the parties negotiate over: the agenda, the issues (positions and — more helpfully — interests), the options, and the agreement(s) reached at the end.

Skilled negotiators may use a variety of tactics ranging from a straight forward presentation of demands or setting of preconditions to more deceptive approaches such as cherry picking. Intimidation and salami tactics may also play a part in swaying the outcome of negotiations.

Negotiation occurs in business, non-profit, organizations, government branches, legal proceedings, among nations and in personal situations such as marriage, divorce and parenting. See also negotiation theory.

2. Make 5 questions to the text and answer them.

3. Translate into English.

1. Переговори повинні привести до такої угоди, яка б максимально задовольняла інтереси кожної сторони, справедливо регулювала суперечності, була довгостроковою і брала до уваги інтереси суспільства. 2. Переговори мають бути ефективні, без втрат, якими, як правило, супроводжуються угоди, пов'язані із прагненням не поступатися своїми позиціями. 3. Стосунки між сторонами повинні покращитися чи, щонайменше, не зіпсуватися. 4. Авторами принципового підходу до проведення переговорів є американські спеціалісти Гарвардської школи права Р. Фішер і У. Юрі, які виклали його в своїй книзі “Шлях до згоди і переговори без поразки”. 5. Підготовка до переговорів включає два основні напрями роботи: вирішення організаційних питань і відпрацювання основного процесу переговорів.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ ОСНОВНА

1. *Карпунь І. А.* Англійська ділова мова: Навч. посібник. - 4-те вид., доп.- К.: МАУП, 1998. - 220 с. - Бібліогр.: с. 216. - Рос.
2. *David Cotton, David Falvey, Simon Kent.* Market Leader. Intermediate. Course Book. Pearson Education Limited, 2000.
3. *David Cotton, David Falvey, Simon Kent.* Market Leader. Intermediate. Practice File. Pearson Education Limited, 2003.
4. *Bill Mascull.* Business Vocabulary in Use. Cambridge University Press, 2002.
5. *George Bethel!, Tricia Aspinall.* Test your Business Vocabulary in Use. Cambridge University Press, 2003.

ДОДАТКОВА

6. Бахов И. С., Гринько Е. В. Деловой английский: Практикум. — К.: МАУП, 2003.

7. Богацкий И. С., Дюканова Н. М., Бизнес-курс английского языка. К.: «Логос», 1997.

8. Борисенко И. И., Евтушенко Л. И., Дейнеко В. В. Английский язык в международных документах и дипломатической корреспонденции. — К.: Логос, 1999.

9. Верховцова О. М. Методично-навчальний посібник з курсу ділової англійської мови для студентів факультету економіки та менеджменту. — Вінниця: Поділля-2000, 2001.

10. Газети, новини (телебачення, Інтернет).

11. Гринько О. В. Ділова англійська мова. International Business. — К.: МАУП, 2004.

12. Тарнопольський О. Б., Кожушко С. П. Ділові проекти: Підручник. — К.: Фірма «ІНКОС», 2002.

13. Andy Hopkins, Jocelyn Potter. More Work in Progress. — England: Addison Wesley Longman Ltd., 1999.

14. Andy Hopkins, Jocelyn Potter. Work in Progress. — England: Addison Wesley Longman Ltd., 1998.

15. David Grant and Robert Me Larty. Business Basics. — New York: Oxford University Press., 1995.

16. Ian Badger, Sue Pedley. Everyday Business Writing. — England: Pearson Educ. Ltd., 2003.

17. Nick Brieger & Simon Sweeney. Early Language of Business English. — London: Prentice Hall, 1997.

18. Nick Brieger & Simon Sweeney. The Language of Business English. — London: Prentice Hall, 1994.

19. Vicki Hollett. Business Objectives. — Oxford University Press, 1997.

20. Vicki Hollett. Business Opportunities. — Oxford University Press, 1998.