

Министерство образования и науки Российской Федерации

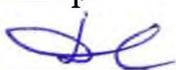
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ»

(ГУУ)

Утверждаю

Проректор

 А.В. Троицкий

«15» августа 2018 г.

## ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

### ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК»

для поступающих на образовательные программы высшего образования —  
программы подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре  
по всем направлениям

#### 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ЭКЗАМЕНА

Цель экзамена- обеспечить отбор наиболее подготовленных абитуриентов для  
бучения в аспирантуре.

Вступительный экзамен проводится в устной форме по утвержденным билетам.

Продолжительность подготовки абитуриента к ответу на вступительном экзамене  
составляет не менее/более 60 минут. Абитуриенты отвечают в порядке очередности  
получения билета. Время ответа на вопросы билета -- не более 15 минут.

Результаты экзамена оцениваются по 100-балльной шкале и переводятся в пятибалльную в соответствии с предлагаемой шкалой.

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Содержание настоящей Программы включает требования, предъявляемые абитуриентам на вступительном экзамене относительно владения иноязычной коммуникативной компетенции, и материалы, обеспечивающие контроль степени владения этой компетенции.

Иноязычная коммуникативная компетенция включает следующие компетенции (по видам речевой деятельности):

### **Чтение:**

- уметь выразительно и фонетически правильно читать в слух оригинальные тексты в нормальном темпе (примерно 120 слов в минуту) без предварительной подготовки;
- уметь читать про себя оригинальные тексты по изучаемой тематике в темпе примерно 50-60 слов в минуту, определять значение незнакомых слов по контексту, извлекать и обобщать необходимую информацию.

### **Аудирование:**

- понимать содержание оригинальных текстов средней трудности объемом 400-500 печатных знаков по изучаемой тематике (быстро ориентироваться в синтаксической структуре высказывания, определять главные и второстепенные члены предложения, главное и придаточное предложения и др.);
- понимать с первого предъявления высказывания собеседника с различными коммуникативными намерениями в режиме диалога.

### **Монологическая речь:**

- знать наиболее характерные логические построения устных сообщений (докладов), способы достижения их цельности и связности и языковые средства, используемые для выражения различных коммуникативных намерений;
- уметь делать сообщения (доклады) на материале изученных иноязычных текстов (репродуктивная речь);
- уметь сделать сообщение (доклад) по своему плану в рамках изученных тем: составить план, четко сформулировать основные положения (тезисы), привести аргументы, сделать выводы и др. (продуктивная речь)

### **Диалогическая речь:**

- знать наиболее частотные речевые формулы, используемые в стандартных и нестандартных ситуациях общения;
- уметь четко формулировать различные типы вопросов;
- уметь выражать различные коммуникативные намерения;
- понимать высказывания собеседника и адекватно реагировать на них;
- уметь поддержать беседу;
- соблюдать правила речевого этикета.

### **Письмо:**

- уметь написать личное письмо зарубежному другу или коллеге;
- уметь подготовить тезисы сообщения (доклада) в письменной форме;
- уметь написать и оформить деловое письмо, служебную записку, электронное (факсимильное) сообщение, отчет, бизнес-план, контракт и т.п.

Кроме этого, иноязычная коммуникативная компетенция включает профессионально ориентированную компетенцию—реферирование и аннотирование иноязычных текстов, которая предполагает владение следующими умениями и навыками:

### **Чтение:**

- умение распознавать лексическое, грамматическое и стилистические значения языковых знаков, определять значение незнакомых слов по контексту, отношения и связи между предложениями абзаца и различными частями текста;
- умение анализировать информацию, извлекать из текста содержательно-фактуальную и содержательно- смысловую информацию;
- умение дифференцировать основную и второстепенную информацию;
- умение определять логико-смысловую структуру текста и абзаца;
- умение определять отношение автора к предмету речи;
- умение составить собственное отношение к содержанию текста;
- умение осуществлять поисковое и ознакомительное чтение

### **Составление реферата:**

- умение сформулировать библио - графические данные статьи;
- умение четко сформулировать основную тему/проблему статьи;
- умение обобщать информацию и осуществлять смысловую компрессию статьи;
- умение излагать информацию статьи в строгой логической последовательности с учетом ее содержания, функционально-стилистической характеристики и жанровой принадлежности;
- умение делать ссылки на статью/ автора статьи;
- умение сформулировать отношение автора к теме;

- умение сформулировать вывод(ы);
- умение критически оценивать результаты, полученные зарубежными исследователями, сформулировать и обосновать свое отношение к теме/ проблеме;
- умение соблюдать нормы письменной и устной речи.

Материалы, обеспечивающие контроль степени владения иноязычной коммуникативной компетенции, включают 15 текстов для реферирования и 15 тестов для комментирования основного содержания иноязычных текстов.

#### **Тексты для реферирования**

- |   |   |
|---|---|
| 1. Creating leaders                       | 8. Global careers                         |
| 2. Perks that work                        | 9. The power and the glory                |
| 3. None of us is as smart as all of us    | 10. Styles of execution                   |
| 4. Management today                       | 11. Everybody's doing it                  |
| 5. Britain moves higher in bribery league | 12. Standard Bank overcomes culture shock |
| 6. Business across the language gap       | 13. Lowest cost isn't always the answer   |
| 7. How about now?                         | 14. Fossil fuel dependency                |
|   | 15. Oil in troubled waters                |

#### **Тексты для комментирования**

- |                                |  |
|--------------------------------|--|
| 1. The international manager   | 9. The business of survival                    |
| 2. The silver tsunami          | 10. A matter of choice                         |
| 3. Asia's green-tech rivals    | 11. Manager and time                           |
| 4. Going global                | 12. Freud, folly and finance                   |
| 5. True and fair               | 13. New-style quality                          |
| 6. Sympathy for the boss       | 14. The harder hard sell                       |
| 7. An idea whose time has come | 15. Globalisation generates risks for business |
| 8. Think before toy need       |  |

### **3. РЕКОМЕНДУЕМЫЕ ИСТОЧНИКИ И ЛИТЕРАТУРА**

#### **Основная литература**

1. Market Leader. Business English. Human Resources. Sara Helm and Rebecca Utteridge, Pearson-Longman Education Limited, 2010, 96pp.
2. Market Leader. Business English. Accounting and Finance. Sara Helm, Pearson-Longman Education Limited, 2010, 96pp.
3. Market Leader. Business English. Working Across Cultures. Adrian Pilbeam, Pearson-Longman Education Limited, 2010, 96pp.
4. Market Leader. Business English. Logistics. Management.

Adrian Pilbeam and Nina O'Driscoll, Pearson-Longman Education Limited, 2010, 96pp.

5. Market Leader. Business English. Marketing.

Nina O'Driscoll, Pearson-Longman Education Limited, 2010, 96pp.

### **Дополнительная литература**

1. Intelligent Business. Advanced Business English. Course book, Tonya Trappe, Graham Tullis, Pearson-Longman Education Limited, 2011, 176pp.

2. Intelligent Business. Advanced Business English. Skills Book, Irene Barrall, Nicolas Barrall, Pearson-Longman Education Limited, 2011, 112pp.

3. Intelligent Business. Advanced Business English. Work Book, Irene Barrall, Nicolas Barrall, Pearson-Longman Education Limited, 2011, 96pp.

Electronic addition:

Interactive CD-ROM+ audio-CD

Internet resource:

[www.intelligent-business.org](http://www.intelligent-business.org)

[www.economist.com](http://www.economist.com)

[www.ft.com](http://www.ft.com)

[www.market-leader.net](http://www.market-leader.net)

### **Справочная литература**

1. Longman Dictionary of Contemporary English. New Edition, for Advanced Learners with DVD-ROM.

4-th Printing, Pearson-Longman Education Limited, 2011, 2082 pp.

Internet resource:

[www.personlongman.com/dictionaries](http://www.personlongman.com/dictionaries)

2. Longman Exams Dictionary, New Edition with Exam Coach with interactive exam practice. +CD-ROM, 4-th Printing, Pearson-Longman Education Limited, 2011, 1833 pp.

Internet resource:

[www.pearsonlongman.com/dictionaries](http://www.pearsonlongman.com/dictionaries)

3. Longman Business English Dictionary, New Edition, Pearson-Longman Education Limited, 2011, 533 pp.

Internet resource:

[www.pearsonlongman.com/dictionaries](http://www.pearsonlongman.com/dictionaries)

4. Большой финансово-экономический словарь (Great Financial and Economic Dictionary). А.Г. Пивовар, Изд.: «Экзамен», М., 2000, 1062 pp.

5. Электронные библиотечные ресурсы

ЭБС (электронная библиотечная система)- коллекция полнотекстовых научных журналов на иностранных языках «EMERLAND»

**4. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ОТВЕТОВ**  
на вступительном экзамене в аспирантуру по дисциплине  
«Иностранный язык»

Критерии оценки	Количество баллов
<b>1. Устное реферирование иноязычного текста (статьи)</b>	
1) Умение четко сформулировать основную тему/ проблему статьи.	5
2) умение выделить в реферируемой статье основную информацию и передать ее в реферате в строчной логической последовательности	15
3) Умение делать ссылки на реферируемый текст или его автора	5
4) Умение сделать основные выводы, четко сформулировать основную идею статьи и отношение автора к предмету речи.	10
5) Умение обеспечить целостность и связность реферата.	5
6) Умение соблюдать нормы устной речи.	10
<b>Всего</b>	<b>50</b>
<b>2. Комментирование основной идеи оригинального текста (статьи)</b>	
1) Умение четко сформулировать основную тему/проблему статьи, перечислить рассматриваемые вопросы и сделать выводы.	10
2) Умение сформулировать и обосновать свое отношение к предмету речи.	10
3) Умение соблюдать нормы устной речи	5
<b>Всего</b>	<b>25</b>
<b>3. Беседа по специальности и научных интересах кандидата</b>	
	10

1) Умение понимать поставленные вопросы и давать на них содержательные ответы	10
2) Умение соблюдать нормы устной речи и использовать адекватные речевые формулы для выражения различных коммуникативных намерений.	5
3) Умение поддерживать беседу	25
<b>Всего</b>	
<b>Итого</b>	<b>100</b>

**Шкала соответствия баллов, полученных в ходе вступительного экзамена  
– балльной системе оценки**

Количество баллов по стобальной шкале	Оценка по пятибалльной системе
85-100	отлично
55-84	хорошо
31-54	удовлетворительно
0-30	неудовлетворительно

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ»

---

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

Утверждено \_\_\_\_\_.

Начальник УАПиРОП

\_\_\_\_\_Краснов Е.В.  
(личная подпись)

Дисциплина Иностранный язык

Направление: Все направления подготовки

1. Устное реферирование на иностранном языке оригинального текста по специальности (объем 2500-3000 знаков), время на подготовку 35-40 минут.
2. Комментирование основной идеи текста по специальности (объем 1500 знаков), время на подготовку 10-15 минут.
3. Беседа о научных интересах и планах кандидата.

**КАФЕДРА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА**  
**Вступительный экзамен в аспирантуру**  
**по иностранному языку**

**ТЕКСТ № 1**

**для устного реферирования**

**Creating Leaders**

1 In America, business schools have long aimed to provide general business education for a career as a leader or manager in the form of the Masters in Business Administration (MBA). By the late 1990s, such schools were turning out 100,000 MBA graduates a year, compared with 13,000 in Britain and only 1,400 in Germany. Mr. Khurana, who is currently writing a book on the evolution of management as a profession, points out that a growing proportion of business people now have an MBA.

2 However, the MBA has few of the characteristics of traditional professional training. For example, it involves no promise to follow professional standards, as seen with qualifications in law, medicine, auditing and accountancy. There is also no commitment to taking shorter follow-up courses as part of the professional's continuing education. Worse, argues Mr. Khurana, some of the theories taught in business schools conflict with a sense of professionalism. For example, if managers are 'agents', shareholders are 'principals' and organizations simply process contracts, the implication is that a manager has an obligation to fulfill a contract, as does a consultant or an investment banker, but owes no loyalty to a larger body, which is one of the characteristics of a professional.

3 A further criticism of MBA courses is that they may be more useful at training people to advise large complex corporations than to run them. Certainly, many companies seem critical of the courses that business schools teach. When INSEAD, a top-ranking business school near Paris, asked the companies whose managers it educates what they wanted, it found the answer was

increased hands-on experience, less analysis and fewer case studies.

4 So schools are designing their courses. The Sloan School at MIT is offering MBA students a three-day workshop on 'visioning' and role-playing, and a selection of compulsory leadership courses, including one on leading in an entrepreneurial firm. There is a course on self-assessment, and the option to work for an organization, create change, and be coached on how they are doing.

5 Such changes may help business schools to retain clients, especially for executive education, which has been one of their most profitable sidelines. But companies often want to teach their up-and-coming leaders themselves. Many now have programmes loosely modelled on GE's in-house academy, Crotonville, founded by Ralph Cordiner, who ran the company in the 1950s. Chief executives such as Jorma Ollila at Nokia and J T Battenberg of Delhi, a large car parts company, personally teach on such courses.

6 Noel Tichy, a guru at the University of Michigan, cleverly runs a course to teach business leaders to run their own courses. He points out that most business school staff are researchers with little real-world experience. "Leadership is a clinical art, and people need experience," he argues. "You don't train a physician by getting a researcher to perform open-heart surgery".

7 Whether people can learn to be leaders from traditional business school courses is questionable. Most people probably learn largely on the job, by watching and by making mistakes, as they have always done.

# КАФЕДРА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

## Вступительный экзамен в аспирантуру

### по иностранному языку

#### ТЕКСТ № 1

#### для комментирования

### THE INTERNATIONAL MANAGER

1 In recent years, many companies have expanded globally. They have done this through merges, joint ventures and co-operation with foreign companies. Because of this globalization trend, many more employees are working abroad in managerial positions or as part of a multinational team.

2 Although it is common nowadays for staff to work abroad to gain experience, many people have difficulty adapting to the new culture. The failure rate in US multinationals is estimated to be as high as 30% and it costs US business \$3 billion a year.

3 Two typical failures have been described in the journal *Management Today*. The first example concerns a German manager with IBM who took up a position as product manager in England. He found that at most lunchtimes and especially on Fridays, many members of staff went to the pub. "I stopped that right away", he says. "Now they are not allowed off the premises. It didn't make me very popular at the time but it is not good for efficiency. There is no way we would do that in Germany. No way."

4 The second example is about an American manager who came to France on a management assignment. He was unable to win the trust of his staff although he tried all kinds of ways to do so. He set clear goals, worked longer hours than everybody, participated in

all the projects, visited people's offices and even took employees out to lunch one by one. But nothing seemed to work. This was because the staff believed strongly that the management were trying to exploit them.

5 The German manager's mistake was that he hadn't foreseen the cultural differences. IBM had a firm rule about drinking during working hours. It was not allowed. He didn't understand that staff in other countries might be more flexible in applying the rule.

6 The American manager used the ways he was familiar with to gain the staff's trust. To them, he seemed more interested in getting the job done than in developing personal relationships. By walking around and visiting everyone in their offices, perhaps he gave the impression that he was 'checking up' on staff. His managerial approach strengthened their feeling of exploitation.

7 When managers work in foreign countries, they may find it difficult to understand the behaviour of their employees. Moreover, they may find that the techniques which worked at home are not effective in their new workplace.

*From Managing Across Culture*