ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯЪ

«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

АВТОМОБИЛЬНО-ДОРОЖНЫЙ ИНСТИТУТ

Кафедра «Иностранные языки»

Факультет «ТИИТ»

**КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА**

по дисциплине «Английский язык»

**Вариант 4**

Выполнил:

ст.гр. ИМО-17-з Синяткин Роман Геннадьевич

Номер зачетной книжки: 18-097

Проверил:

Преподаватель Юшкова C.\*\*\*\*\*\*\*\*

Горловка – 2018 г.

СОДЕРЖАНИЕ

**Элементы оглавления не найдены.**

**[Контрольне завдання № 3](file:///N:\\Институт\\Контрольные%20на%202-й%20семестр\\Английский%20язык\\metodichka_21_63.doc" \l "_Зміст)**

Для виконання контрольного завдання № 3 Вам необхідно засвоїти наступні розділи з англійської мови, користуючись рекомендованою літературою.

1. Дієслово. Час та стан.

Час – форми: Indefinite (Present, Past, Future) Continuous (Present, Past, Future) Perfect (Present, Past, Future) Стан – активний та пасивний.

1. Дієслово. Узгодження часів (особливості перекладу).
2. Дієслово. Безособові форми: Infinitive, Gerund, Participle І та Participle II (форми, функції, особливості перекладу).
3. Модальні дієслова та їх еквіваленти. Особливості перекладу.

**Приклад виконання контрольного завдання № 3**

**І Перепишіть та перекладіть наступні речення. Випишіть з кожного з них дієслово-присудок та визначте його час та стан**

|  |  |
| --- | --- |
| Products *fall* into two general categories | Продукція поділяється на 2 загальні категорії |

fall – The Present Indefinite Tense, The Active Voice.

Утворений від інфінітиву нестандартного (неправильного) дієслова «to fall».

**II Перепишіть та перекладіть наступні речення, звертаючи увагу на узгодження часів**

|  |  |
| --- | --- |
| Вони не знали, що їй подобається футбол та комп'ютери | They didn't know that she liked football and computers |

**III Перепишіть та перекладіть наступні речення. Випишіть безособові форми дієслова та визначте їх форму та функції**

|  |  |
| --- | --- |
| A computer will speed your learning process | Комп'ютер прискорить ваш процес навчання |

learning – Gerund. The Non – Perfect Tense. The Active Voice.

Функція – означення

**IV Перепишіть та перекладіть наступні речення. Випишіть з кожного з них модальне дієслово або його еквівалент, дайте пояснення**

|  |  |
| --- | --- |
| You *must* takes into account all possible advantages and disadvantages before you start own business | Ви повинні врахувати всі  можливості переваг та недоліків перед відкриттям свого бізнесу |

**must** – модальне дієслово, що виражає зобов'язанність

[Варіант № 4](file:///N:\\Институт\\Контрольные%20на%202-й%20семестр\\Английский%20язык\\metodichka_21_63.doc" \l "_Зміст)

**[Варіант № 4](file:///N:\\Институт\\Контрольные%20на%202-й%20семестр\\Английский%20язык\\metodichka_21_63.doc" \l "_Зміст)**

**I Перепишіть та перекладіть наступні речення. Випишіть з кожного з них дієслово – присудок та визначте його чає та стан**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. All equipment was bought at the lowest possible price. | 1. Все оборудование было куплено по самой низкой цене. |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. In a number of industries service is emerging as the major area of competition. | 2. В ряде отраслей службы становятся главной областью конкуренции. |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. They have not defined the price yet. | 3. Они ещё не определились с ценой. |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. The companies will be aggregated into eight groups of up to 20 companies each. | 4. Компании будут объединены в восемь групп по 20 компаний в каждой. |

**II Перепишіть та перекладіть наступні речення, звертаючи увагу на узгодження часів**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Ми обговоримо усі деталі переговорів, коли ви приїдете до мене. | We will discuss all the details of the negotiations when you come to me. |
| 1. Ви можете сказати, скільки часу вам потрібно для перевірки фінансового звіту. | You can tell how much time you need to check the financial report. |
| 3.Ми чули, що ваша фірма переїхала до нового офісу. | We have heard that your firm has moved to the new office. |
| 4.Стосовно організації фірми, він зробив те, що я йому порадив. | Regarding the organization of the firm, he did what I was advised to do. |

**III Перепишіть та перекладіть наступні речення. Випишіть безособові форми дієслова та визначте їх форму та функції**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. The list of factors affecting productivity is not exhaustive. | 1. Перечень факторов, влияющих на производительность, не является исчерпывающим. |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Bureaucracy is to be avoided if at all possible. | 2. Бюрократии следует избегать, если это вообще возможно. |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Senior managers are concerned with grand strategies and middle managers with filling in the tactical details. | 3. Старшие менеджеры занимаются грандиозными стратегиями, а менеджеры среднего звена занимаются заполнением тактических деталей. |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Supervisors are usually consulted during the process of setting strategy. | 4. С руководителями обычно консультируются в процессе установления стратегии. |

**IV Перепишіть та перекладіть наступні речення. Випишіть з кожного з них модальне дієслово або його еквівалент, дайте пояснення**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Before reaching an agreement firms' directors are to solve many problems connected with profit. | Прежде чем прийти к соглашению, директора фирм должны решить множество проблем, связанных с прибылью. |

are to - эквивалент модального глагола выражает неизбежность совершения действия.

|  |  |
| --- | --- |
| 1. You should be aware of what marketing is. | 2. Вы должны знать, что такое маркетинг. |

should - модальный глагол выражает необходимость совершения действия

|  |  |
| --- | --- |
| 1. A channel of distribution can be simple or complex. | 3. Канал распространения может быть простым или сложным. |

can - модальный глагол выражает возможность совершения действия в силу наличия условий для его совершения.

|  |  |
| --- | --- |
| 1. All managers have to be more entrepreneurial and innovative. | 4. Все менеджеры должны быть более предприимчивыми и инновационными. |

have to - эквивалент модального глагола выражает надобность действия

**V Перепишіть та письмово перекладіть увесь текст, крім 2 абзацу**

**Marketing Mix. Product (P. I)**

The development of a marketing strategy encompasses two steps: (1) selecting and analyzing a target marker and (2) creating and maintaining an appropriate marketing mix.

The marketing mix consists of four major components: product, distribution, promotion and price. These components are called marketing mix variables because a marketer can vary the type and among of each element. The primary goal is to create and maintain a marketing mix that satisfies consumers' needs for a general product type.

Marketing mix variables often are viewed as «controllable» variables because they can be changed. However, there are limits to how much these variables can be altered.

Marketers must develop a marketing mix that precisely matches the needs of the people in the target market.

A product is much more than a physical object or a service rendered. It includes everything that a customer receives in an exchange. It is a complex set of tangible and intangible attributes, including functional social and psychological utilities or benefits. When buyers purchase a product, they actually are buying the benefits and satisfaction they think the product will provide. A sports car is purchase for excitement and fun, not merely for transportation. A product can be an idea, a service, a good or any combination of these three. Products fall into one of two general categories: consumer products and industrial products. Consumer products satisfy personal and family needs. Industrial products are purchased for use in a firm's operating of to make other products. Products are like living organisms: they are born, they live and they die. A new product is introduced into the market; it grows; and when it loses appeal, it is terminated.

A product life cycle has four major stages: (1) introduction, (2) growth, (3) maturity; (4) decline. As a product moves through its cycle, the strategies relating to competition must be periodically evaluated and possibly changed.

Разработка маркетинговой стратегии включает в себя два этапа: (1) выбор и анализ целевого маркера и (2) создание и поддержание соответствующего комплекса маркетинга.

Переменные маркетинговой номенклатуры часто рассматриваются как «контролируемые» переменные, потому что они могут быть изменены. Однако существуют пределы того, насколько эти переменные могут быть изменены.

Маркетологи должны разработать маркетинговую номенклатуру, которая точно соответствует потребностям людей на целевом рынке.

Продукт - это гораздо больше, чем физический объект или предоставляемая услуга. Включает в себя все, что клиент получает в обмен. Это сложный набор материальных и нематериальных свойств, включая функциональные социальные и психологические ценности или выгоды. Когда покупатели покупают продукт, они фактически покупают выгоды и удовлетворение, которое, по их мнению, обеспечит продукт. Спортивный автомобиль - это покупка для развлечения и веселья, а не только для перевозки. Продукт может быть идеей, услугой, товаром или любой их комбинацией. Товары попадают в одну из двух основных категорий: потребительские товары и промышленные товары. Потребительские товары удовлетворяют личные и семейные потребности. Промышленные товары приобретаются для использования в деятельности фирмы для производства других продуктов. Продукты похожи на живые организмы: они рождаются, они живут и умирают. Новый продукт вводится на рынок; оно растёт; и когда он теряет привлекательность, он прекращается.

Жизненный цикл продукта состоит из четырёх основных этапов: (1) внедрение, (2) рост, (3) зрелость; (4) упадок. По мере того, как продукт проходит свой цикл, стратегии, связанные с конкуренцией, должны периодически оцениваться и, возможно, изменяться.

**Пояснення до тексту:**

product mix – номенклатура продукції

target market – цільовий ринок

distribution – розподіл

tangible – матеріальний

benefit – користь

**VI Прочитайте та усно перекладіть 2-й абзац. Знайдіть відповідь** **на наступне питання**

How many components does the marketing mix consist of?

The marketing mix consists of four major components