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.**

Для виконання контрольного завдання № 4 Вам необхідно засвоїти наступні розділи з англійської мови, користуючись рекомендованою літературою.

1. Глагол. безличные формы: Infinitive, Gerund, Participle І та Participle II (форми, функції).
2. Особенности перевода предложений с безличными формами глагола.
3. Особенности трансформации придаточных предложений с помощью Participle I и Participle II.
4. Особенности перевода условных предложений.

**Пример выполнения контрольного задания № 4**

**І Перепишите и переведите следующие предложения. Выпишите безличные формы глагола и определите их формы и функции**

|  |  |
| --- | --- |
| Не stood looking at his computer | Він стояв, дивлячись на свій комп'ютер |

looking – Participle І. The Non-Perfect Tense. The Active Voice. Виконує функцію обставини способу дії.

**II Перепишіть та перекладіть наступні речення, звертаючи увагу на інфінітивні та дієприкметникові звороти**

|  |  |
| --- | --- |
| She is known to be a good marketing specialist | Відомо, що вона хороший спеціаліст з маркетингу |

**III Трансформуйте підрядні речення, використовуючи Participle І або Participle II. Перекладіть трансформовані речення**

When he repairs his printer, he is always in a bad mood

|  |  |
| --- | --- |
| (While) repairing his printer he is always in a bad mood | Ремонтуючи свій принтер, він завжди не в гуморі |

**IV Перепишіть та перекладіть наступні речення, звертаючи увагу на переклад умовних речень**

I wish he knew his customers better

Якби ж він знав своїх покупців краще

[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 безособові форми дієслова та визначте їх форми та функції

|  |  |
| --- | --- |
| At the end of October 1983 Xerox decided to sell its retail stores and concentrate on direct distribution. | В конце октября 1983 года Xerox решил продать свои розничные магазины и сосредоточиться на прямой дистрибуции. |

to sell

|  |  |
| --- | --- |
| Advertising is an important component of the marketing mix. | Рекламирование является важным компонентом маркетинговой смеси. |

Advertising - Participle The Passive Voice, The Non-Perfect Tense.

Marketing -

|  |  |
| --- | --- |
| Toy industry experts have conflicting view about new pricing policy. | У экспертов индустрии игрушек противоречивое мнение о новой ценовой политике. |

have conflicting –

|  |  |
| --- | --- |
| Initially this firm wrote letters describing its product. | Изначально эта фирма писала письма характеризующие её продукт. |

wrote –

describing –

II Перепишіть та перекладіть наступні речення, звертаючи увагу на інфінітивні та дієприкметникові звороти

|  |  |
| --- | --- |
| It is hardly possible our starting so early. | Вряд ли мы можем начать так рано. |

|  |  |
| --- | --- |
| I think the best plan to avoid any further dispute is for us to break up at once. | Я думаю, что лучший план, чтобы избежать дальнейших споров, - это чтобы мы расстались сразу. |

|  |  |
| --- | --- |
| Judging by his words, there was no chance of his being overtaken. | Судя по его словам, шансов на то, что его настигнут, не было. |

|  |  |
| --- | --- |
| Circumstances permitting we shall plan a new strategy. | Если позволят обстоятельства, мы разработаем новую стратегию. |

III Трансформуйте підрядні речення, використовуючи Participle І або Participle II. Перекладіть трансформовані речення

The list of factors, which affect productivity, is not exhaustive.

Список факторов, влияющих на производительность, не является исчерпывающим.

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

When he had studied the market he could start his own business.

Изучив рынок, он мог начать собственный бизнес.

|  |  |
| --- | --- |
| Starting his own business he could studied the market. |  |

You won't be able to start a consumer analysis if you don't have a good specialist.

Вы не сможете начать анализ потребителей, если у вас нет хорошего специалиста.

|  |  |
| --- | --- |
| Starting a consumer analysis you must have a good specialist. | Для начала анализа потребителя у вас должен быть хороший специалист. |

In McDonald's case, bureaucracy is not associated with the negative consequences, which are often portrayed in discussing this form of design.

В случае Макдональда бюрократия не связана с негативными последствиями, которые часто изображаются при обсуждении этой формы дизайна.

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

IV Перепишіть та перекладіть наступні речення, звертаючи увагу на переклад умовних речень

|  |  |
| --- | --- |
| This approach to organization design proposes that managers should be guided by certain principles of organization. | Такой подход к проектированию организации предполагает, что менеджеры должны руководствоваться определенными принципами организации. |

|  |  |
| --- | --- |
| It would be a good thing if you didn't smoke in the corporation. | Было бы хорошо, если бы вы не курили в корпорации. |

|  |  |
| --- | --- |
| Had he had enough money he would have started his own business. | Если бы у него было достаточно денег, он бы начал свое дело. |

|  |  |
| --- | --- |
| If I were you I would try to persuade the boss to start a market research immediately. | На вашем месте я бы попытался убедить начальника немедленно начать исследование рынка. |

V Перепишіть та письмово перекладіть увесь текст, крім 2 абзацу

Wholesaling and Retailing (Р.II)

|  |  |
| --- | --- |
| Of all marketers, retailers are the most visible to ultimate consumers. To target their products to many market segments, retailers create product assortments that vary greatly in with and depth. | Из всех продавцов розничные торговцы являются наиболее заметными для конечных потребителей. Чтобы ориентировать свою продукцию на многие сегменты рынка, розничные торговцы создают ассортимент продукции, который сильно различается по глубине. |

|  |  |
| --- | --- |
| Retail storage is usually classified according to width of product mix and depth of product lines. The major types of retail stores are department stores, mass merchandisers and specialty stores. | Розничное хранение обычно классифицируется по ширине ассортимента и глубине товарных линий. Основными типами розничных магазинов являются универмаги, массовые торговцы и специализированные магазины. |

|  |  |
| --- | --- |
| Department stores are large retail organizations characterized by wide product mixes in considerable depth of most product lines. Their product lines are organized into separate department that function much as self-contained businesses. These stores employ at least twenty-five people. | Универмаги - это крупные розничные организации, характеризующиеся широким ассортиментом продукции на значительной глубине большинства товарных линий. Их производственные линии организованы в отдельный отдел, который функционирует как самостоятельный бизнес. В этих магазинах работают как минимум двадцать пять человек. |

|  |  |
| --- | --- |
| Mass merchandisers generally offer fewer customer services that department stores and emphasize lower prices, high turnover and large sales volumes. This type of retailer includes discount stores (self-service, low price general merchandise outlets), supermarkets (large, self-service food stores that also carry some non-food products), superstores (giant retail outlets that carry all products found in supermarkets and most consumer products purchased on a routine basis), warehouse/wholesale clubs (large scale, members – only discount operations), and warehouse and catalogue showrooms. | Оптовые торговцы, как правило, предлагают меньше обслуживания клиентов чем в универмагах и подчёркивают более низкие цены, высокий оборот и большие объёмы продаж. Этот тип розничной торговли включает магазины со скидками (самообслуживание, магазины товаров общего назначения по низкой цене), супермаркеты (крупные продовольственные магазины самообслуживания, в которых также продаются некоторые непродовольственные товары), супермаркеты (гигантские магазины розничной торговли, в которых продаются все товары, найденные в супермаркетах). и большинство потребительских товаров, приобретаемых на регулярной основе), складские / оптовые (крупномасштабные, участники - только дисконтные операции), а также складские и прейскурант в выставочных залах. |

|  |  |
| --- | --- |
| In the catalogue showroom, one item of each product is on display, often in a glass case, and remaining inventory is stored out of the buyers' reach. Using catalogues that have been mailed to their homes, or are on the counters in the store, customers order products by phone or in person. In contrast to traditional catalogue retailers, which offer no discount and require that customers wait for delivery, catalogue showrooms sell below list price and often provide goods immediately. They usually sell jewelry, luggage, photographic equipment, toys, and sporting goods. | В выставочном зале каталога по одному экспонату каждого продукта, часто в стеклянном футляре, а оставшийся инвентарь хранится вне досягаемости покупателей. Используя каталоги, которые были отправлены по почте в их дома, или находятся на прилавках в магазине, клиенты заказывают продукты по телефону или лично. В отличие от традиционных розничных продавцов каталогов, которые не предлагают скидок и требуют, чтобы покупатели ожидали доставки, выставочные залы каталогов продаются по цене ниже прейскуранта и часто предоставляют товары немедленно. Они обычно продают ювелирные изделия, багаж, фотоаппаратуру, игрушки и спортивные товары. |

|  |  |
| --- | --- |
| Specialty retailers offer substantial assortments in a few product lines. Traditional specialty stores attempt to provide a unique store image, especially when they cannot compete directly with the prices of large retailers. By capitalizing on fashion, service, atmosphere, location, and social class, specialty retailers can position themselves strategically to attract customers in specific market segments. «Irresistible», a chain of women's apparel stores in New England, targets professional women who purchase high-priced clothing and accessories. | Специализированные ритейлеры предлагают существенный ассортимент в нескольких продуктовых линейках. Традиционные специализированные магазины пытаются создать уникальный имидж магазина, особенно когда они не могут напрямую конкурировать с ценами крупных розничных сетей. Пользуясь преимуществами моды, сервиса, атмосферы, местоположения и социального класса, специализированные ритейлеры могут позиционировать себя стратегически, чтобы привлекать клиентов в определённых сегментах рынка. «Irresistible», сеть магазинов женской одежды в Новой Англии, ориентирована на профессиональных женщин, которые покупают дорогую одежду и аксессуары. |

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

How are retail stores usually classified?

Retail storage is usually classified according to width of product mix and depth of product lines.