

**УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ**

**НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ЦЕНТР ГУМАНІТАРНОЇ
ОСВІТИ**

Кафедра історії та мовознавства

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

**та навчальний матеріал
з дисципліни**

***«МОВА НАВЧАННЯ
ТА СОЦІАЛЬНО-ПОБУТОВОГО СПІЛКУВАННЯ»***

Харків – 2021

Методичні вказівки та навчальний матеріал розглянуто і рекомендовано до друку на засіданні кафедри історії та мовознавства 10 травня 2021 р., протокол № 10.

Методичні вказівки та навчальний матеріал розроблено відповідно до програми навчального курсу «Мова навчання та соціально-побутового спілкування» і є складовою навчально-методичного комплексу дисципліни.

Методичні вказівки та навчальний матеріал підготовлено для доповнення і розширення методичного забезпечення дисципліни «Мова навчання та соціально-побутового спілкування» з орієнтацією на професійну сферу (економічний профіль) на просунутому етапі навчання і містять завдання до практичного виконання з усіх тематичних розділів навчального курсу і тестові питання, націлені на навчання писемного мовлення. Зміст цих вказівок має комунікативну спрямованість: від речень, інтенцій до їх вербальної реалізації.

Методичні вказівки та навчальний матеріал призначено для іноземних здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальностей 051 «Економіка», 071 «Облік і оподаткування», 072 «Фінанси, банківська справа та страхування», 073 «Менеджмент», 075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», 281 «Публічне управління та адміністрування» освітніх програм: економіка підприємства, економічна безпека підприємства; облік та оподаткування, ТОП-менеджмент в обліку та адмініструванні; управління фінансами, банківська справа та страхування, управління фінансами та трейдинг на світових фінансових ринках; менеджмент організацій і адміністрування, менеджмент зовнішньоекономічної діяльності, управління персоналом та економіка праці; маркетинг, комерційна діяльність та логістика; підприємництво, торгівля та біржова діяльність, підприємництво; публічне управління та адміністрування.

Укладач

старш. викл. Т. М. Сажина

Рецензент

доц. С. І. Нешко

ЗМІСТ

Вступ.....	4
1 Засоби вираження кваліфікативної характеристики предмета, особи, явища.....	5
2 Характеристика сутності поняття, явища.....	12
3 Синтаксичні засоби зв'язку тексту (комунікативна архітектура тексту).....	16
4 Порівняння і зіставлення об'єктів. Вираження відмінності об'єктів порівняння.....	22
5 Дієслова руху.....	30
6 Вираження зміни кількості, якості, дії, стану.....	43
7 Вираження взаємозв'язку і взаємодії процесів, явищ, подій. Вираження причинно-наслідкових відносин	46
8 Матеріал для самостійної роботи	54
Список літератури	56

ВСТУП

Методичні вказівки та навчальний матеріал підготовлено для занять з дисципліни «Мова навчання: професійна сфера (економічний профіль)» на просунутому етапі навчання. Мета методичних вказівок – навчання студентів писемного мовлення в набутті базових знань про особливості розуміння наукового тексту; формування в них навичок аналізу наукового тексту і вміння правильно й логічно висловлювати свої думки українською мовою відповідно до особливостей наукового стилю. Автор пропонує мовний матеріал для розвитку мовленнєвої діяльності студентів у вигляді структурно-модельних зразків, граматичних таблиць, текстів, лексичних і граматичних вправ.

Зміст методичних вказівок має комунікативну спрямованість: від речень, інтенцій до їх вербальної реалізації, повторення, закріплення та розширення знань іноземних студентів з дисципліни «Мова навчання та соціально-побутового спілкування» у межах програми вищої освіти. Визначено основні завдання навчальної дисципліни, професійні компетентності, яких набувають студенти після її вивчення. Запропоновано заняття навчальної дисципліни за модулями й темами щодо формування мовленнєвих компетентностей.

Лексичне наповнення тренувальних вправ містить як загальнолітературний лексичний матеріал, так і спеціальну економічну термінологію.

Лексико-граматичний матеріал дозволяє використовувати ці методичні вказівки як на заняттях в аудиторії, так і під час самостійної роботи.

Підготовлені до видання методичні вказівки призначені для іноземних студентів третього курсу економічних спеціальностей.

1 ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ КВАЛІФІКАТИВНОЇ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРЕДМЕТА, ОСОБИ, ЯВИЩА

Коли ми вивчаємо науки, то зустрічаємо слова-терміни.

Терміни – це наукові поняття, які всі повинні розуміти однаково, тому кожен термін має тільки одне пояснення.

Кваліфікація або **дефініція** – це фраза, у якій дається пояснення цьому терміну.

Таким чином, **термін** – це поняття; **кваліфікація** (дефініція) – це пояснення предмета, особи, явища.

Щоб назвати (кваліфікувати) предмет, явище, поняття, в українській мові використовують різні граматичні моделі. Ознайомтеся з деякими з них.

1 Об'єктивна кваліфікація предмета (явища, поняття).

Хто – це хто	Що – це що
Хто є ким	Що є чим

Зверніть увагу!

У конструкції «**Хто є ким**», «**Що є чим**» форми «**Хто**» або «**Що**» – вузькі поняття, форма «**Чим**» – більш широке поняття.

Наприклад, продукція – це предмет споживання. / Продукція є предметом споживання.

Слово «продукція» – поняття, а слова «це предмет споживання» – кваліфікація або пояснення цього поняття.

2 Загальноприйнята кваліфікація предмета (явища, поняття).

Люди або вчені розуміють предмет мовлення певним чином = дають йому назву.

Кого називають ким / Ким (як) називають кого
Що називають чим / Чим (як) називають що

Наприклад, особу або підприємство, які виготовляють продукцію, називають виробником. / Виробником називають особу або підприємство, які виготовляють продукцію.

Форми «**Кого, Що**» – це об'єкт, який потрібно визначити (зазвичай широке поняття), форма «**Чим**» – його розуміння, **назва, термін**.

Аналогічне значення й наступної моделі. Але важливо враховувати, що це пасивна конструкція, тому форми «**Хто, Що**» – це реальний об'єкт у називному відмінку, форма «**Чим**» – це **назва**.

Хто називається ким / Ким (як) називається хто
Що називається чим / Чим (як) називається що

Наприклад, особа або підприємство, які виготовляють продукцію, називаються виробником. / Виробником називається особа або підприємство, які виготовляють продукцію.

Порядок слів у кваліфікації (дефініції) може бути різним. Це залежить від питання.

Наприклад,

Хто називається ...?

Що називається ...?

(хочемо знати **пояснення терміна**)

Хто називається виробником?

Виробником називається **особа або підприємство**, які виготовляють продукцію.

Як (чим) називається ...?

(хочемо знати сам **термін, назву**)

Як називається особа або підприємство, які виготовляють продукцію?

Особа або підприємство, які виготовляють продукцію, називається **виробником**.

Зверніть увагу!

Останнє слово питання стоїть у кінці відповіді.

Завдання 1. Дайте кваліфікацію предмета: а) об'єктивну; б) загальноприйняту.

1 Товар – це продукт праці, вироблений для обміну. Продукт праці, вироблений для обміну, – це товар.

2 Ринкова економіка – це система, заснована на прямих зв'язках між виробниками й споживачами через вільну купівлю-продаж товарів. Система, заснована на прямих зв'язках між виробниками й споживачами через вільну купівлю-продаж товарів, – це ринкова економіка.

3 Поділ праці – це відокремлення різних видів трудової діяльності. Відокремлення різних видів трудової діяльності – це поділ праці.

4 Засоби або кошти для задоволення потреб – це блага. Блага – це засоби або кошти для задоволення потреб.

Завдання 2. У яких реченнях можна використовувати дієслова «називати/називатися»? Напишіть такі речення.

1 Тема доповіді студента – «Бухгалтерський облік».

2 Родини Рокфеллерів і Ротшильдів – найвідоміші монополісти світу.

3 Дефіцит товарів – невід'ємна риса занепаду економіки.

4 Ілон Маск – один з найбільш видатних підприємців світу.

5 Фірми «Адідас», «Найк», «Пума» – найкращі у світі виробники спортивного одягу.

6 Продукція фірм «Адідас», «Найк», «Пума» – найкращий у світі спортивний одяг.

7 Продукти праці – матеріальні й нематеріальні.

8 Наукові ідеї – нематеріальні продукти праці.

9 Виготовлення продукції на заводах і фабриках – промислове виробництво, а виробництво продукції не на заводах і фабриках – кустарне виробництво.

10 Те, що випускають на виробництві, – продукт праці або продукція.

3 Суб'єктивна кваліфікація предмета (явища, поняття).

Що вважають чим / Чим вважають що

Що вважається чим / Чим вважається що

Наприклад, природні ресурси вважають найважливішою потребою людства. / Найважливішою потребою людства вважають природні ресурси.

Наприклад, природні ресурси вважаються найважливішою потребою людства. / Найважливішою потребою людства вважаються природні ресурси.

Зверніть увагу!

Фрази-синоніми: «Що (ф. 4) вважають чим (ф. 5)» = «Що (ф. 1) вважається чим (ф. 5)» = «Що (ф. 1) – це що (ф. 1)».

Наприклад, рекламу вважають двигуном торгівлі. = Реклама вважається двигуном торгівлі. = Реклама – це двигун торгівлі.

Завдання 3. Прочитайте текст 1. Дайте назву тексту. Виконайте завдання після тексту.

Текст 1

Продукція, яку випускає виробництво, є промисловою й сільськогосподарською. За способом виробництва само виробництво буває промисловим і кустарним.

Продукти праці, як і предмети споживання, бувають матеріальними й нематеріальними.

Речові продукти праці отримали назву матеріальних. Наукові ідеї, послуги отримали назву нематеріальних продуктів праці.

Сукупність матеріальних продуктів виробництва, що були виготовлені за певний проміжок часу, називається продукцією. Продаж продукції у великих обсягах називають збутом або реалізацією.

Витрати, тобто гроші або кошти, які пішли на виробництво продукції, носять назву собівартості продукції.

Гроші, отримані за реалізацію продукції, називають доходом. Чистий дохід, тобто різниця між доходом і витратами, отримав назву прибутку.

Сфера споживання буває виробничою й невиробничою.

Використання обладнання або сировини належить до виробничої сфери споживання. Виробнича сфера споживання - це сфера споживання з використанням обладнання або сировини для виготовлення нових матеріальних продуктів праці. Невиробнича сфера споживання – це сфера споживання без використання обладнання або сировини для виготовлення нових нематеріальних продуктів праці. Приватна або публічна сфера споживання називається невиробничою сферою споживання.

Завдання 4. Визначте структуру тексту 1. Для цього підкресліть у кожному абзаці ключові слова (основну думку). Визначте, який це текст (опис поняття, опис проблеми, опис процесу).

Завдання 5. Напишіть називний план до тексту 1.

Завдання 6. Дайте об'єктивну, загальноприйнятую або суб'єктивну кваліфікацію запропонованим предметам.

Продукція –

Виробництво –

Продукти праці –

Продаж продукції –

Матеріальні продукти праці –

Нематеріальні продукти праці –

Продаж продукції у великих обсягах –

Витрати, які пішли на виробництво продукції, –

Гроші, отримані за реалізацію продукції, –

Сфера споживання –

Реалізація продукції –

Витрати виробництва –

Завод, фабрика –

Випуск продукції –

Продукт виробництва –

Чистий прибуток –
Використання обладнання або сировини –
Невиробниче споживання –

4 Об'єктивна кваліфікація предмета (явища, поняття) + факт використання предмета.

Що служить чим / Чим служить що

Наприклад, Вікіпедія служить джерелом інформації. /
Джерелом інформації служить Вікіпедія.

Зверніть увагу!

Конструкції, які вживаються для того, якщо:

а) описується зовнішній вигляд, структура предмета, сутність предмета, призначення предмета;

б) підкреслюється функція предмета, можливості його використання;

в) дається загальна характеристика предмета без додаткових значень.

Дієслово **служити** (б) зазвичай вживається в таких поєднаннях: служити джерелом, зразком, прикладом, засобом, матеріалом, сировиною.

Конструкція **являти собою** (а, в).

У ситуації (в) – **являти собою** = **бути, належати до...**

Завдання 7. Прочитайте текст 2. Дайте назву тексту.
Виконайте завдання після тексту.

Текст 2

Товар – матеріальний продукт виробництва, який реалізується на ринку.

Товари бувають споживчого або індивідуального призначення, громадського та виробничого призначення.

Товари, які належать до особистого або сімейного споживання, є товарами споживчого призначення. Вони бувають

тривалого або короткострокового користування. Наприклад, холодильники, телевізори, ноутбуки, меблі, пральні машини являють собою товари тривалого (довгострокового) користування, а миючі засоби, одяг, взуття належать до товарів короткострокового користування.

В установах культури, освіти і на транспорті використовуються товари громадського призначення.

Той, хто поставляє товари на ринок, називається постачальником, а той, хто їх отримує, – споживачем. Між виробником, тобто основним постачальником товарів, і споживачами можуть бути різні посередники, наприклад, дилери та дистриб'ютори.

Потреба, тобто необхідність покупців у товарі, називається попитом на цей товар.

Сукупність товарів, тобто всі товари, які поставлені на ринок для реалізації, називають пропозицією або продукцією.

Розрізняють підвищений попит (тобто великий), надмірний попит (тобто дуже великий), попит, що падає (тобто попит, який зменшується), негативний попит (тобто положення, коли покупець не хоче купувати даний товар). Якщо ми говоримо, що попит відсутній, це означає, що товар на ринку нікому не потрібен.

Існує спеціальна наука, яка вивчає попит і пропозицію, умови і вимоги ринку, організацію виробництва товарів. Ця наука – маркетинг.

Завдання 8. Визначте структуру тексту 2. Для цього підкресліть у кожному абзаці ключові слова (основну думку). Визначте, який це текст (опис поняття, опис проблеми, опис процесу).

Завдання 9. Напишіть називний план до тексту 2.

Завдання 10. Дайте об'єктивну, об'єктивну з фактом використання предмета, загальноприйнятну або суб'єктивну кваліфікацію.

Товар –

Товари споживчого призначення –

Товари індивідуального призначення –
Товари громадського призначення –
Товари виробничого призначення –
Постачальник –
Споживач –
Посередник –
Попит на товар –
Підвищений попит –
Надмірний попит –
Негативний попит –
Пропозиція на товар –
Маркетинг –

Завдання 11. Вставте потрібне дієслово з даних: **служити, бути, називати (ся), являти собою, належати.**

1 Перед вами ноутбук. Він ... вашою річчю. Але ви його купили в магазині. Там він ... товаром. А робили цей ноутбук на фабриці, і там він ... продукцією цієї фабрики.

2 Всі товари, які продають на ринку, ... пропозицією.

3 Телевізори, автомобілі, холодильники ... до товарів, якими споживачі користуються довго. Такі товари ... товарами тривалого користування.

Література [2, 4].

2 ХАРАКТЕРИСТИКА СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ, ЯВИЩА

Для вираження характеристики сутності поняття, явища використовуються конструкції

Що полягає в чому?

Що полягає в тому, щоб ...

Таблиця 1

Суб'єкт	Предикат	Характеристика суб'єкта	Приклад
Іменники: суть сутність особливість значення заслуга важливість труднощі різниця відмінність гідність недолік Прикметники: головне основне особливе найважливіше і тому подібні	полягає	у чому? у тому, щоб...	Сутність маркетингу полягає у створенні реклами товарів. Сутність маркетингу полягає в тому, щоб створювати рекламу товарам

Зверніть увагу!

Конструкція «**Що** полягає в чому?» передає **реальну дію** або стан.

Конструкція «**Що** полягає в тому, щоб ...» називає **бажану** або **необхідну дію**.

Завдання 1. Порівняйте речення. У якому випадку йдеться про **реальну дію**, а в якому – про **бажану** або **необхідну дію**?

1 Мета реклами полягає в тому, щоб донести інформацію від рекламодавця до цільової аудиторії.

2 Мета реклами полягає в донесенні інформації від рекламодавця до цільової аудиторії.

3 Завдання реклами полягає в тому, щоб спонукати цільову аудиторію до дії (вибору товару або послуги, здійснення покупки).

4 Завдання реклами полягає у спонуканні (представників) цільової аудиторії до дії (вибору товару або послуги, здійснення покупки).

Зверніть увагу!

Конструкція «**Що полягає в чому**» часто вживається в питанні. У відповіді вона може не відтворюватися.

Наприклад, в чому (полягає) висока конкурентна спроможність автомобілів марки «Мерседес»? – Вони мають дуже високу якість.

Ця ж конструкція може служити узагальненням попереднього висловлювання («у цьому»). Автомобілі марки «Мерседес» мають дуже високу якість. **У цьому** їхня висока конкурентна спроможність.

Завдання 2. Прочитайте текст 3. Дайте назву тексту. Виконайте завдання після тексту.

Текст 3

Людина потребує товарів повсякденного вжитку. Ми купуємо ці товари і в магазинах і на ринках. Необхідність, тобто потреба людей, полягає в регулярному придбанні певних товарів. Потреба людей формує попит на окремі види товару. Маркетологи вивчають попит. Підприємства-виробники планують випуск продукції. Зі збільшенням попиту на товар зростає виробництво цього товару, і навпаки.

Для виробництва продукції підприємство закуповує сировину, різні види енергії, платить заробітну плату працівникам. Всі кошти, які витрачає підприємство на виробництво продукції, називають витратами. Чим більше витрати виробництва, тим вище собівартість продукції.

При реалізації продукції підприємство до її собівартості додає відсоток прибутку. Зі збільшенням собівартості товару підвищується продажна ціна на цей товар. Кожний посередник також додає до ціни товару свій прибуток, тому, чим більше посередників при реалізації товару, тим вище його ціна. Якщо ціна на товар зростає, попит на нього починає падати, тобто попит на товар прямо пропорційний його ціні.

Загальна сутність ціни полягає в її грошовому вираженні. Ціна – це грошове вираження вартості товару. Більш вузька сутність ціни полягає у грошових витратах на виробництво та реалізацію товару.

Ціна виконує такі функції:

- вимірювальну (ця функція полягає у вимірюванні, визначенні вартості товару);
- порівняльну (ця функція полягає в можливості розрізняти більш-менш дорогі товари, дорогі й дешеві);
- стимулюючу (ця функція полягає у впливанні на зацікавленість виробників у підвищенні обсягів виробництва і якості продукції);
- розподільну (ця функція полягає у можливості впливати на пропозицію товару, розширення виробництва відсутнього (дефіцитного) товару і скорочення виробництва надлишкового товару);
- зовнішньоекономічну (ця функція полягає в ролі ціни як інструменту торгових угод, зовнішніх платежів, взаємних розрахунків між країнами).

Мета виробника полягає в тому, щоб знизити собівартість своєї продукції для того, щоб прискорити її реалізацію і отримати прибуток.

Якщо ж на підприємстві нема фахівця з маркетингу, який вивчає ринок і виробництво, може виникнути перевиробництво товару. Тоді на ринку формується негативний попит на цей товар. Продавці не можуть збути товар і зазнають великих збитків (втрат).

Завдання 3. Визначте структуру тексту 3. Для цього підкресліть у кожному абзаці ключові слова (основну думку). Визначте, який це текст (опис поняття, опис проблеми, опис процесу).

Завдання 4. Напишіть називний план до тексту 3.

Завдання 5. а) Спираючись на інформацію тексту 3, дайте відповіді на питання:

- 1 У чому сутність вимірювальної функції ціни?
- 2 У чому полягає суть порівняльної функції ціни?
- 3 Яке значення стимулюючої функції ціни?
- 4 У чому полягає особливість розподільної функції ціни?
- 5 Яка сутність зовнішньоекономічної функції ціни?

б) при відповіді на питання використовуйте дані моделі речень:

Суть даної функції полягає **в чому?**

Що здійснює що?

Що полягає в чому?

Її суть у чому? ...

Ця функція виражається в чому? / Сутність даної функції полягає в тому, що ...

Література [8].

3 СИНТАКСИЧНІ ЗАСОБИ ЗВ'ЯЗКУ ТЕКСТУ (КОМУНІКАТИВНА АРХІТЕКТУРА ТЕКСТУ)

Текст – це повідомлення в усній або письмовій формі, що характеризується смисловою та архітектурною завершеністю, певним ставленням автора до того, про що повідомляється, цілеспрямованістю і логічним завершенням такого повідомлення.

Будь-який текст – це логічна структура. Зв'язаність тексту проявляється в тому, що кожне подальше речення будується на базі попереднього, вбираючи в себе ту або іншу його частину. Те, що повторюється в наступному реченні з попереднього, отримало назву «старе», а те, що повідомляється додатково, – «нове». «Нове» зазвичай виділяється логічним наголосом і стоїть у кінці речення.

Наприклад, ми купили нову машину. Для цієї машини (старе) ми побудували гараж (нове). Тепер машина (старе) зберігається в гаражі (нове).

Роль «старого» полягає у зв'язку речень між собою. Роль «нового» – у розвитку думки у тексті. Для зв'язку речень у тексті, «старого» і «нового», використовуються два способи зв'язку: 1) лінійний зв'язок; 2) симетричний зв'язок.

Лінійний зв'язок демонструє послідовний розвиток думки, яка доволі динамічна за своїм характером. При лінійному зв'язку «нове» першого речення стає «старим» у другому, «нове» другого – «старим» у третьому, і так далі. Речення немов ідуть одне за одним, подальше речення впливає з попереднього, і тим самим здійснюється розгортання думки. Отже, речення тісно пов'язані між собою, і, як ізольовані, вони втрачають здатність самотійного вживання, оскільки в них є лексико-граматичні показники зв'язку з попередніми реченнями (повтор ключового слова, заміна його синонімом, синонімічним оборотом, займенником, повтор того або іншого члена речення).

Наприклад, десь дуже далеко за горизонтом ішов сильний дощ із грозою. Вони (дощ із грозою) послали в жарку літню ніч сильні гуркоти. Грім, який вже майже був нечутний, все одно дуже добре відчувався на порожніх вулицях і лякав своєю присутністю самотніх перехожих.

Симетричний зв'язок (= рівноважний, рівнозначний) відображує перерахування, зіставлення або протиставлення. Тема кожного подальшого речення не запозичується з попереднього, а зумовлюється тим, що речення знаходяться в одній площині, наприклад, розкривають деталь однієї загальної картини, описують низку подій, що змінюються. Іншими словами, речення не зчіплюються, а зіставляються і є однаковими синтаксичними конструкціями (однаковий порядок слів, члени речення виражені однаковими формами).

Наприклад, буря панувала над містом, як повернена молодість. Сильний дощ хльостав у вікна. Велика ріка збільшувалась на очах і переливалася через граніт. Люди пробігали уздовж будинків, притримуючи парасольки. Вітер лякав чорними крилами. Неясне світло, зловісне і холодне, то затухало, то розгоралося, коли вітер роздував над містом вітрила хмар.

Тут кожне речення знаменне, оскільки лексичне наповнення речень цілком самотійне. Об'єднуючим початком усіх цих окремих речень є логічно-смілова єдність – співвідношення загального (Буря панувала) і окремого (Велика ріка збільшувалась...; Люди пробігали...; Вітер лякав...; Світло то затухало, то розгоралося...) в описі картини. Із структурних

показників об'єднання можна назвати лише симетричність будови речень (двосоставність, однаковий порядок розташування членів граматичної основи – підмета і присудка), а також збіг видо-часових форм дієслів-присудків (панувала, хльостав, збільшувалась, пробігали, ляскав, затухало, розгоралося, роздував).

Лінійний і симетричний зв'язки можуть поєднуватися в межах одного тексту, утворюючи змішаний тип, наприклад, Біліє вітрило самотнє в тумані моря блакитному!... Що шукає воно в країні далекій? Що кинуло воно в краю рідному?...

Між першим реченням і другим, а також між першим і третім – лінійний зв'язок (вітрило – воно), між другим реченням і третім – симетричний зв'язок.

Реферативні кліше (дієслівні конструкції):

1 Вступ: тема і проблема статті.

Ця (що розглядається) стаття присвячена (чому?) проблемі ... питанню.

Тема цієї статті...

У статті говориться про..

Стаття написана на тему про...

У статті автор розглядає (що?)

розкриває питання (про що?)

проблему (чого?)

У статті розглядається (що?)

розкривається питання (про що?)

проблема (чого?)

2 Композиція статті (архітектура або побудова статті).

Стаття складається з...

поділяється на ...

У статті можна виділити...

3 Перерахування основних положень статті.

Автор розглядає (що?)

характеризує (що)

аналізує (що?)
розкриває (що?)
описує (що?)
перераховує (що?)
У статті говориться про те, що ...
розглядається (що?)
аналізується (що?)
розкривається (що?)
описується (що?)
перераховується (що?)

4 Виокремлення важливої інформації в авторському тексті.

Автор підкреслює (що?)
вказує (на що?)
особливо зупиняється (на чому?)
звертає увагу (на що?)
приділяє велику увагу (чому?)
відзначає важливість (чого?)

5 Наведення необхідних прикладів.

Автор ілюструє (що?) (чим?)
наводить приклад (чого?)
наводить приклад того, як...
наводить як (що?) приклад
наводить, факти, цифри, що доводять (що?)
підтверджує прикладами (що?)
У статті наводяться приклади (чого?)
наводяться цифри, факти, що доводять (що?)
підтверджується прикладами той факт, що ...

6 Перерахування, питань, які попутно розглядаються в статті.

Автор торкається (чого?)
згадує (що?)
зачіпає (що?)
У статті згадується/зачіпається питання (про що?)
проблема (чого?)

7 Висновки (не завжди можуть бути).

На закінчення автор робить висновок про те, що ...
доходить висновку, що...

На закінчення робиться висновок про те, що ...
підводяться підсумки (чого?)

Завдання 1. Прочитайте текст 4. Дайте назву тексту.
Виконайте завдання після тексту.

Текст 4

Попит, пропозиція і ціна, які взаємодіють один з одним, є основними елементами ринку.

Попит являє собою сукупність вимог покупців на певні товари та послуги.

Розрізняють декілька видів попиту: підвищений і надмірний попит, спадний попит і негативний попит. Однак, крім цих видів попиту, існують ще й інші. Наприклад, загальний обсяг попиту на товари і послуги носить назву сукупного попиту. Сукупний попит складається з внутрішнього і зовнішнього попиту на певний товар або послугу. Попит населення або промисловості складають внутрішній попит на товари і послуги. Експорт товарів належить до зовнішнього попиту.

Платоспроможний, або просто платіжний, попит є попитом на матеріальні товари і послуги, які забезпечені коштами покупців.

Знання платіжного попиту необхідно для вивчення і прогнозування маркетингової стратегії фірми.

Підприємець повинен пам'ятати, що попит постійно обмежується купівельною спроможністю споживача, тому що нестача коштів, тобто низька платоспроможність покупця, сприяє втраті інтересу до придбання товарів і у зв'язку з цим перешкоджає їх реалізації.

Ціна товару включає собівартість продукції, податки і відсоток прибутку виробників і реалізаторів. Встановлюючи ціну на товар, слід пам'ятати, що чим нижче вартість товару, тим швидше він реалізується на ринку, тому що ціна товару впливає на попит. Зниження цін на товари сприяє зростанню попиту на них, а зі зростанням цін попит на товари і послуги скорочується.

Сукупність товарів, що надходять на ринок для кінцевої реалізації, утворює ринкові фонди, які ще називають пропозицією.

Пропозиція прямо пропорційна ціні на товари і послуги, тому що зростання цін на товари викликає інтерес виробника і сприяє збільшенню пропозиції, і навпаки.

Підприємці повинні пам'ятати, що всі елементи ринку тісно пов'язані один з одним і постійно взаємодіють. Незнання їхнього стану може призвести до великих збитків.

Завдання 2. Визначте структуру тексту 4. Для цього підкресліть у кожному абзаці ключові слова (основну думку). Визначте, який це текст (опис поняття, опис проблеми, опис процесу).

Завдання 3. Напишіть називний план до тексту 4.

Завдання 4. Запишіть основну інформацію тексту 4 у реферативній формі, використовуючи такі дієслівні конструкції:

Текст присвячений чому?

Основна думка роботи полягає в чому?

Автор говорить про що?

У тексті йдеться про що?

У тексті називається/перераховується що?

Завдання 5. Вставте в речення потрібні слова з поданих нижче.

Наприклад, регулярно люди ... товари повсякденного вжитку.

Регулярно люди **купають** товари повсякденного вжитку.

1 Попит обмежується ... спроможністю населення. 2 Низька платоспроможність ... сприяє втраті інтересу до товарів. 3 Чим нижче вартість товару, тим швидше його ... на ринку. 4 Попит являє собою сукупність вимог 5 Кажуть, ти ... новий ноутбук. - Так. - Ти задоволений своєю ...?

Слова: купувати/купити, покупці, купівельний, покупка.

Завдання 6. Вставте в речення потрібні слова з поданих нижче.

Наприклад, підприємці повинні пам'ятати, що чим ... вартість товару, тим швидше він реалізується на ринку.

Підприємці повинні пам'ятати, що чим **нижче** вартість товару, тим швидше він реалізується на ринку.

1 Чим ... вартість товару, тим швидше його можна продати.
2 ... цін на товари сприяє зростанню попиту на них. 3 Зі зростанням цін попит на товари ... 4 Оптові ціни завжди ... роздрібних. 5 Як продати товар, який вийшов з моди? - Це важко, але можна. Потрібно встановити дуже ... ціни, і його куплять люди, які не думають про моду.

Слова: низький, нижче, знижуватися/знизитися, зниження.

Література [7].

4 ПОРІВНЯННЯ І ЗІСТАВЛЕННЯ ОБ'ЄКТІВ. ВИРАЖЕННЯ ВІДМІННОСТІ ОБ'ЄКТІВ ПОРІВНЯННЯ

Щоб висловити відмінність між об'єктами, в українській мові використовуються **порівняльні ступені прикметників**.

Таблиця 2

Що?	більше/менше	ніж що
Де?	більше/менше	ніж будь де
Що?	більше/менше	порівняно з чим

Завдання 1. Запишіть речення, використовуючи матеріали таблиць 2, 3.

Варіант 1

Наприклад, кількість продавців у супермаркеті більше, ніж у звичайному роздрібному магазині. – Кількість продавців у

супермаркеті більше порівняно зі звичайним роздрібним магазином.

Варіант 2

Наприклад, кількість продавців у звичайному роздрібному магазині менше, ніж у супермаркеті. – Кількість продавців у звичайному роздрібному магазині менше порівняно із супермаркетом.

Таблиця 3

Порівняння	Звичайний роздрібний магазин	Супермаркет
1 Ціна товару	вище	нижче
2 Запас товару	менше	більше
3 Асортимент товару	менше	більше
4 Кількість кас	менше	більше
5 Обслуговування	повільніше	швидше
6 Кількість продавців	менше	більше
7 Кількість покупців	менше	більше
8 Черга	менше	більше

Завдання 2. Напишіть текст, у якому підкреслюються переваги супермаркету порівняно зі звичайним роздрібним магазином.

Наприклад, порівняємо супермаркет зі звичайним роздрібним магазином. / Порівняємо супермаркет і звичайний роздрібний магазин.

Зверніть увагу!

Різниця об'єктів порівняння може бути виражена дієсловом **відрізнитися** або **розрізнитися**.

Завдання 3. Вивчіть таблицю 4, де показано вживання дієслів **відрізнитися**, **розрізнитися**.

Таблиця 4

Що і що	Розрізняються (відрізняються)	За якою ознакою	Супермаркет і кіоск розрізняються за обсягом продажів
Що	Відрізняється від чого	Чим	Супермаркет відрізняється від кіоску обсягом продажів

Завдання 4. а) заповніть пропуски в таблиці 5, визначивши, на якій підставі порівнюються об'єкти;

б) дайте відповідь на питання, користуючись матеріалом таблиці 4.

Чим відрізняється ринок соку від ринку свіжомороженого м'яса?

Чим відрізняється ринок свіжомороженого м'яса від ринку соку? Використовуйте конструкції з дієсловом **відрізнитися**.

Варіант 1

Чим відрізняється ринок соку від ринку свіжомороженого м'яса? – **Ринок соку** відрізняється від ринку свіжомороженого м'яса тим, що **там** (на ринку соку) можуть бути встановлені обмеження з реклами.

Варіант 2

Чим відрізняється ринок свіжомороженого м'яса від ринку соку? – **Ринок свіжомороженого м'яса** відрізняється від ринку соку тим, що **там** (на ринку свіжомороженого м'яса) відсутні обмеження з реклами.

Таблиця 5

Порівняння	Ринок соку	Ринок свіжомороженого м'яса
1 Умови зберігання товару	Звичайний склад (температура зберігання от +5 до +25 °С)	Холодильні камери (температура зберігання від -16 до -25 °С)
2 Фасовка товару	Товар розливається в тару (пакети, пляшки) певної ємності	Немає єдиної ємності
3	Ринок соку заснований на брэндах. Виробники хочуть випустити продукцію, яка буде пізнавана, відома і популярна. Для цього вони дають їй назву (брэнд)	Брэнд як такий відсутній
4. Ціноутворення	Ціноутворення передбачуване: залежить від витрат виробництва, політики держави (акцизи, податки)	Ціноутворення непередбачуване. Ринок свіжомороженого м'яса називають біржовим ринком: часто і різко відбуваються коливання в ціні. Ціна залежить від кількості наявного на ринку м'яса. Чим більше м'яса на ринку, тим вона дешевша

Продовження таблиці 5

Порівняння	Ринок соку	Ринок свіжомороженого м'яса
5	На ринку соку, як правило, стабільна якість товару	На ринку свіжомороженого м'яса якість товару залежить від різних чинників: часу, місця виробництва, умов зберігання і транспортування
6 Наявність / відсутність конкурентних ринків	Є легальні конкурентні ринки (товари-субститути)	Є товари-субститути: м'ясо птиці, великої рогатої худоби, білкова їжа
7 Спосіб вимірювання товару	Товар вимірюється в літрах	Товар вимірюється в кілограмах
8 Витрати на зберігання продукції		Зберігання продукції обходиться дорожче
9 Наявність / відсутність обмежень щодо вживання продукту	Нема обмежень щодо вживання продукту. Але існують обмеження за віком, станом здоров'я (потрібно дотримуватись рекомендацій лікаря щодо вживання соку, спираючись на наявність і кількість цукру в даній продукції)	Нема обмежень щодо вживання продукту. Але існують обмеження за віком, станом здоров'я (потрібно дотримуватись рекомендацій лікаря щодо вживання м'яса та певних м'ясних продуктів)
10	Нема обмежень з реклами	Нема обмежень з реклами

Зверніть увагу!

Порівняння може бути передано за допомогою союзів **а, тоді як, між тим як, (якщо ..., то ...)** і частки **ж**.

Завдання 5. Об'єднайте речення другої і третьої колонок таблиці 5 таким чином, щоб у реченні виражалися порівняльні відносини. Використовуйте для їх вираження союзи **а, тоді як, між тим як, (якщо ..., то ...)** і частку **ж**.

Наприклад:

1 На ринку соку товар вимірюється в літрах, **а (тоді як, між тим як)** на ринку свіжомороженого м'яса товар вимірюється в кілограмах.

2 На ринку соку товар вимірюється в літрах, на ринку **ж** свіжомороженого м'яса товар вимірюється в кілограмах.

3 **Якщо** на ринку соку товар вимірюється в літрах, **то** на ринку свіжомороженого м'яса товар вимірюється в кілограмах.

Завдання 6. Використовуючи матеріал таблиці 6 напишіть текст за схемою, у якому будуть порівняні два ринки: **ринок соку та ринок свіжомороженого м'яса**.

Схема (=архітектура тексту) :

- 1) вступ;
- 2) основна частина;
- 3) висновок.

Існують два основні методи написання тексту: **комплексний і покроковий**.

Комплексний метод

Використовуючи цей метод, ви спочатку розглядаєте один об'єкт порівняння і описуєте весь комплекс його характеристик, а потім робите те саме з другим об'єктом порівняння. У цьому випадку портрет одного предмета ніяк не накладаються на портрет іншого.

Таблиця 6

Вступ	Твердження (тема і проблема статті: гарне питання, цікаве спостереження, несподіваний факт, відомі вислови)
Основна частина	1 Відмінні риси ринку соку (умови зберігання товару, ціноутворення ...). 2 Відмінні риси ринку свіжомороженого м'яса (умови зберігання товару, ціноутворення ...)
Висновок	Якщо є (або повтор твердження з наявним висновком)

Покроковий метод

Використовуючи цей метод, ви розглядаєте обидва об'єкти з того чи іншого порівнювального параметра, а потім переходите до іншого пункту порівняння (таблиця 7).

Таблиця 7

Вступ	Твердження (тема і проблема статті: гарне питання, цікаве спостереження, несподіваний факт, відомі вислови)
Основна частина	1 Відмінності двох ринків за умовами зберігання товару. 2 Відмінність двох ринків за ціноутворенням. 3 ... 4 ... 5 ...
Висновок	Якщо є (або повтор твердження з наявним висновком)

Зверніть увагу!

Такі методи (комплексний і покроковий) відрізняються тільки в основній частині тексту.

Завдання 7. Прочитайте текст 5. Дайте назву тексту. Виконайте завдання після тексту.

Текст 5

Держава відіграє значну роль у регулюванні економічного зростання, і нам слід розглянути, які заходи державного регулювання найкраще можуть стимулювати цей процес.

1 Прихильники «чинників попиту» розглядають економічне зростання переважно з точки зору чинників попиту. Зазвичай вони пояснюють низькі темпи зростання неадекватним рівнем сукупних витрат, які не забезпечують необхідного приросту ВВП (валового національного продукту). Тому вони пропонують низькі ставки за відсотками (політику «дешевих грошей») як засіб стимулювання капіталовкладень.

2 На противагу прихильникам «чинників попиту», прихильники «економіки пропозиції» роблять акцент на чинники, що підвищують виробничий потенціал економічної системи. Зокрема вони закликають до зниження податків як до засобу, що стимулює заощадження і капіталовкладення. Сенс цієї пропозиції полягає в обмеженні споживання і стимулювання заощаджень.

3 Економісти різних теоретичних напрямів рекомендують і інші можливі методи стимулювання економічного зростання. Наприклад, деякі економісти пропагують індустріальну політику, за допомогою якої уряд узяв на себе пряму активну роль у формуванні структури промисловості для заохочення економічного зростання.

При всій чисельності і складності можливих методів стимулювання економічного зростання більшість економістів єдині в тому, що збільшення темпів економічного зростання є досить непростим завданням, – капіталомісткість і схильність до заощаджень нелегко піддаються заходам регулювання.

Завдання 8. Визначте структуру тексту 5. Для цього підкресліть у кожному абзаці ключові слова (основну думку). Визначте, який це текст (опис поняття, опис проблеми, опис процесу).

Завдання 9. Напишіть називний план до тексту 5.

Завдання 10. Запишіть основну інформацію тексту в реферативній формі, використовуючи такі дієслівні конструкції:
Текст присвячений чому?
Основна думка роботи полягає в чому?

Автор говорить про що?
 У тексті йдеться про що?
 У тексті називається/перераховується що?

Література [1, 5].

5 ДІЄСЛОВА РУХУ

1 Дієслова руху без префіксів (таблиця 8).

Таблиця 8

<p style="text-align: center;">Йти (іти)</p> <p>- Куди він поспішає? - Він йде в університет. (= Він йде до університету.)</p>	<p style="text-align: center;">Ходити</p> <p>Він студент. Він ходить в університет п'ять разів на тиждень. (= Він ходить до університету п'ять разів на тиждень.)</p>
<p>З гуртожитку до університету він йде 20 хвилин</p>	<p>Учора він також ходив в університет. (=Учора він також ходив до університету.)</p>
<p>Коли він йшов в університет, він зустрів друга. (= Коли він йшов до університету, він зустрів друга.)</p>	<p>Він ходив по кімнаті, слухав музику і думав. (Де він ходив? – місце)</p>
	<p>Маленький хлопчик ще не вмів ходити</p>
<p style="text-align: center;">Їхати</p> <p>- Куди ти їдеш? - Я їду в університет. (= Я їду до університету.)</p>	<p style="text-align: center;">Їздити</p> <p>Він займається спортом, тому три рази на тиждень їздить на стадіон</p>
<p>З гуртожитку до університету він їде 40 хвилин</p>	<p>Вчора він також їздив на стадіон</p>
<p>Коли я їхав в університет, я зустрів свого знайомого. (=Коли я їхав до університету, я зустрів свого знайомого.)</p>	<p>Туристи їздили містом і слухали розповідь екскурсовода. (Де туристи їздили? – місце)</p>
	<p>Я хочу навчитися їздити на машині</p>

Продовження таблиці 8

<p>Летіти</p> <ul style="list-style-type: none"> - Куди летить цей літак? - У Київ. (=До Києва) - Скільки часу летить літак з Харкова до Києва? - Одну годину і 15 хвилин 	<p>Літати</p> <p>Цей літак літає у Пекін два рази на тиждень. (=Цей літак літає до Пекіна два рази на тиждень.)</p>
<p>Цей літак літає в Пекін два рази на тиждень. (=Цей літак літає до Пекіна два рази на тиждень.)</p>	<p>У минулому році я літав у Пекін. (=У минулому році я літав до Пекіна.)</p>
	<p>Над лісом літали великі білі птахи. (Де птахи літали? – місце)</p>
	<p>Не всі птахи вміють літати</p>
<p>Пливти</p> <ul style="list-style-type: none"> - Куди пливе цей корабель? - В Одесу. (=До Одеси). - Скільки часу він пливе в Одесу? (=До Одеси?) - 5 днів. 	<p>Плавати</p> <p>Цей корабель регулярно плаває в Одесу. (=Цей корабель регулярно плаває до Одеси). У минулому році ми плавали в Одесу. (=У минулому році ми плавали до Одеси.)</p>
<p>Коли ми пливли рікою, ми милувались природою</p>	<p>Лебеді плавали на озері. (=озером.) (Де лебеді плавали? – місце)</p>
	<p>Я зовсім не вмію плавати, тому що з дитинства боюсь води</p>
<p>Бігти</p> <p>Спортсмен біжить до фінішу. Від старту до фінішу спортсмен біг 3 хвилини і 30 секунд</p>	<p>Бігати</p> <p>Кожного ранку (щоранку) я бігаю в парку. (=парком.) (Де я бігаю? – місце)</p>
<p>Коли спортсмен біг до фінішу, він упав</p>	<p>Вранці я бігав в аптеку за ліками, тому що мій сусід захворів. (=Вранці я бігав до аптеки, тому що мій сусід захворів.)</p>
	<p>Я весь ранок бігав по кімнаті і шукав свої речі. (Де я бігав? – місце)</p>

Зверніть увагу!

Фрази-синоніми: «Я йду (їду) в університет» = «Я йду (їду) до університету».

Але якщо використовується прийменник **на**, то не можна використовувати інший прийменник.

Наприклад, я йду (їду), їду на факультет (можливий тільки такий варіант).

Завдання 1. Вставте потрібні дієслова руху **йти-ходити, їхати-їздити, летіти-літати.**

1 - Привіт, Вікторе!

- Привіт, Антоне!

- Куди ти

- Я у супермаркет.

- А ти часто у супермаркет?

- Не дуже часто. Зазвичай я.....на ринок. А куди ти, у супермаркет чи на ринок?

- Яі в супермаркет, і на ринок, і в маленький роздрібний магазин.

2 - Доброго ранку, Ахмеде!

- Привіт, Жавлоне!

- Куди ти

- У банк. А ти?

- А я на заняття.

- Але ти спізнився на 2 години!

- Вранці у мене боліла голова, і я в поліклініку до лікаря.

3 - Де ти працюєш?

- У новій аудиторській компанії.

- Це далеко від станції метро?

- Ні, до метро та з метро я завжди пішки.

- Як довго ти зі свого дому до компанії?

- Лише 15 хвилин.

4 - Де ти відпочивав минулого літа?

- Я в Одесу до Чорного моря.

- Ти на потязі (=потягом)?

- Ні, я на літаку (=літаком).

- Скільки часу літак до Одеси?

- Одну годину. Це дуже зручно. А на потязі потрібно 8 годин. Ось чому я завжди надаю перевагу літакам.

Завдання 2. Вставте потрібні супутні дієслова руху: **нести – носити, везти – возити, вести – водити.**

1 - Куди ти йдеш і кому ти свій ноутбук?

- Я до майстерні, тому що мій ноутбук зламався.

2 - Куди ти їдеш і кому ти ці красиві квіти?

- Я квіти мамі. У неї сьогодні день народження.

3 - Куди ти свою дочку?

- Я її до поліклініки.

- А що трапилось?

- У неї болить зуб. Я вже її до лікаря двічі. А сьогодні останній візит.

4 - Куди ти ноутбук?

- В університет.

- Навіщо?

- Я завжди його на заняття, щоби записувати урок, а вдома повторювати новий матеріал.

5 - Цього літа ви відпочивали з батьками?

- Так, батьки нас на море. А де ви відпочивали?

- А наші батьки нас в гори.

6 - Куди ти свою собаку?

- На прогулянку в парк. Я кожного дня її туди.

7 - Куди ти йдеш?

- Я йду до бібліотеки та книги, тому що навчальний рік вже скінчився. Раніше я часто їх на заняття, а тепер вони мені вже не потрібні.

Завдання 3. Складіть аналогічні діалоги за такими темами:

1 Ви бачите, що ваш друг повертається в гуртожиток з батьками, які нещодавно приїхали до нього в гості.

2 Ви увійшли в автобус і побачили свого друга з валізою.

3 Вас цікавить, чи запрошував ваш друг свою подругу до театру.

4 Ваш друг бере на заняття усі книги – потрібні та непотрібні.

5 Ви зустріли свого однокурсника. Він хоче влаштуватися на роботу в маркетингову компанію маркетологом.

2 Дієслова руху з префіксами.

Зверніть увагу!

При додаванні префіксів дієслова групи **йти (іти)** набувають додаткового значення і змінюють вид (Недоконаний → Доконаний), а дієслова групи **ходити** отримують тільки додаткове значення, але не змінюють вид (таблиця 9).

Таблиця 9

Доконаний вид	Недоконаний вид	Питання	Прийменники	Приклади
Піти		Куди? До кого?	в, у, на, до	Ми пішли в університет (початок руху)
Прийти	Приходити	Куди? До кого?	в, у, на, до	Ми прийшли в університет (ми тут)
Піти (2)		Звідки? Від кого?	з, від	Він пішов з університету (його тут немає)
Увійти	Входити	Куди?	в, у, на	Він увійшов у кімнату

Продовження таблиці 9

Доконаний вид	Недоконаний вид	Питання	Прийменники	Приклади
Вийти	Виходити	Звідки? До чого?	з	Він вийшов з кімнати
Підійти	Підходити	До кого? До чого?	до	Він підійшов до дошки
Відійти	Відходити	Від кого? Від чого? Куди?	від	Він відійшов від дошки
Зайти	Заходити	До кого? За що? Куди?	в, у, на, до	Він зайшов 1) до друга; 2) за будинок
Обійти	Обходити	Навколо чого?	навколо	Він обійшов навколо пам'ятника
Дійти	Доходити	До кого? До чого?	до	Він дійшов до університету за 20 хвилин
Пройти	Проходити	Через що? Повз кого? Повз що? Що?	через, повз	Він пройшов 1) через сад; 2) повз мене
Перейти	Переходити	Через що? Що?	через	Він перейшов через вулицю. = Він перейшов вулицю

Завдання 4. Замість крапок використайте дієслова руху з префіксами або без префіксів.

Кожного ранку ми з друзямиу кафе. Зазвичай ми з дому о п'ятій годині. Мидо автобусної зупинки, сідаємо в автобус і у кафе. Від

нашого дому до кафе автобус 20 хвилин. Ми з автобусу, через вулицю і у кафе. Ми до столика і замовляємо каву і тістечка. Коли ми закінчуємо пити каву та їсти тістечка, ми з кафе та в парк. Після прогулянки парком ми додому.

Завдання 5. Замість крапок використайте дієслова руху з префіксами або без префіксів.

Влітку я відпочивав у селі. Одного разу я вирішив до свого друга, який живе в сусідньому селі. Того ранку я прокинувся рано, поснідав і з дому. Я недалеко від свого будинку і згадав, що залишив удома книгу, яку просив у мене мій товариш. Я повернувся, взяв книгу і знову по дорозі. Недалеко від мого будинку розташований маленький роздрібний магазинчик. Я в магазинчик і купив морозиво. Далі я швидко. Коли я втомився, я повільніше. Біля ріки я праворуч. Потім я через річку. Переді мною була галявина. Я галявину і в ліс. Я ліс, з лісу і нарешті побачив село. Скоро я до місця. Я до будинку, постукав у двері і почув знайомий голос: «.....». Я у будинок. «Як добре, що ти до мене», – сказав мені мій друг.

Завдання 6. Замість крапок використайте дієслова руху з префіксами або без префіксів.

Кілька днів тому до Києва група французьких туристів. Вони з Парижа 3-го квітня. 5-го квітня вони в Київ. А вчора ця група на екскурсію у музей. Туди вони на автобусі, а назад на таксі. Коли вони

туди, вони бачили по дорозі багато цікавого. Коли вони у музей, їх там зустрів екскурсовод. Туристи довго музеєм. Вони до свого готелю о 8 годині вечора. Сьогодні вранці вони на Хрещатик, а ввечері до театру.

Завдання 7. Замість крапок використайте дієслова руху з префіксами або без префіксів.

- 1** - Олена вдома? – Ні, вона вже на роботу.
- Давно вона? - Ні, вона 5 хвилин тому.
- 2** - Скажіть, будь ласка, де директор?
- Він вже додому.
- 3** - Де ваша сестра? Я давно її не бачив.
- Вона закінчила університет і працювати в Київ.
- 4** - Ваш брат зараз вдома? - Ні, він
- А куди він ? - Він в Одесу.

Завдання 8. Замість крапок використайте дієслова руху та супутні дієслова руху з префіксами або без префіксів.

1 Щодня продавець на роботу о 7 годині, а з роботи о 6 годині. 2 Тато дуже гарні подарунки своїм дітям із Запоріжжя. 3 Якщо на столі нема меню, офіціантка завжди нам його. 4 Щороку студенти на батьківщину і до Харкова наприкінці літа. 6 Цю книгу про видатних фінансистів мені мої друзі з Франції.

3 Дієслова руху в переносному значенні (таблиця 10).

Таблиця 10

Дієслова	Управління
Йти (іти)	урок, іспит, час, життя, справа, спір, війна, дощ, сніг
Входити/увійти	до складу (молекули), до парламенту, у роль, у становище кого-небудь, у вжиток, у моду
Виходити/вийти	зі складного становища, з себе, з моди, з голови
Проходити/пройти	нову тему Зібрання пройшло. Дощі пройдуть. Життя проходить
Приходити/прийти	до тями
Сходити/зійти	з розуму, зі сцени
Обходити/обійти	питання, проблему
Вести (проводити)	заняття, переписку, спостереження, спір, перемовини, війну
Проводити/провести	час, дитинство, зиму, канікули
Наводити/навести	порядок, чистоту, на думку, приклад, аргумент
Виводити/вивести	з себе, з терпіння
Вводити/ввести	вітаміни, ліки, у курс справи, закон, правило в дію, в експлуатацію
Перекладати/перекласти	книгу з однієї мови іншою
Приводити/привести	у свідомість
Носити	ім'я, по батькові, назву, костюм
Нести	відповідальність, збитки
Вносити/внести	пропозицію
Виносити/винести	вирок
Переносити/перенести	хворобу, зустріч
Приносити/принести	шкоду, користь

Завдання 9. Вкажіть дієслова руху. Визначте їхнє значення (пряме, переносне).

1 Тихіше! Йдуть заняття. 2 Студенти-іноземці йдуть на екскурсію. 3 Рекламну компанію проводять досвідчені

маркетологи. 4 Кожному підприємцю, який хоче успішно вести свою комерційну діяльність, необхідно добре знати всі основні елементи ринку. 5 Викладач веде студента-першокурсника до деканату. 6 Багато вулиць міста носять імена національних героїв. 7 Цей студент завжди носить на урок словник. 8 До кон'юнктури торгівлі відносять швидкість обороту товарів. 9 До цього артиста рано прийшла популярність. 10 До мене прийшла в гості подруга. 11 Кожен день по цій площі проходять сотні людей. 12 В актовому залі проходять збори, конференції, святкові вечори. 13 Олена вийшла заміж у минулому році. 14 Вона вийшла з дому і пішла на зупинку.

Завдання 10. Використайте замість крапок дієслова руху без префіксів у прямому або у переносному значенні: **йти (іти), носити, вести, водити.**

1 Як швидко ... час: з другокурсників ми перетворились на третьокурсників. 2 Ось уже кілька років у цьому регіоні ... розвиток торгівлі. 3 Він завжди ... світлий одяг. 4 Заснований В. Н. Каразіним університет ... його ім'я. 5 Він ... машину вже 20 років. 6 Україна ... торгівлю з різними країнами.

Завдання 11. Використайте замість крапок дієслова руху з префіксами в переносному значенні: **приходити, переводити, проводити, підводити, проходити, вносити, приносити, поводити.**

1 Після операції хворий швидко ... в себе. 2 Цього студента ... в п'яту групу. 3 Як ви ... літні канікули? 4 На зборах декан ... підсумки літньої сесії. 5 Фахівці з інших країн ... стажування в нашому університеті. 6 Українські підприємці ... великий внесок у розвиток світової торгівлі. 7 Лінь ... шкоди людині. 8 Студенти ... себе впевнено на іспиті.

Завдання 12. Прочитайте текст 6. Дайте назву тексту. Виконайте завдання після тексту.

Текст 6

Кожному підприємцю, який хоче успішно вести свою комерційну діяльність, необхідно добре знати всі основні поняття, що пов'язані з ринком.

Товарно-грошові відносини – це сукупність економічних відносин, у процесі яких використовуються товарно-грошові форми у всіх сферах суспільного виробництва, а не тільки у сфері обміну: 1) взаємовідносини підприємств з державним бюджетом і національним банком; 2) економічні відносини в процесі розподілу національного доходу: це зарплата та інші грошові виплати з громадського фонду споживання; 3) економічні відносини у сфері споживання.

Ринкові процеси – це процеси, які показують динаміку ринку. До них належать: 1) рух товару від виробника до споживача (поставка товару); 2) прискорення або уповільнення товарообігу; 3) формування платоспроможного попиту; 4) співвідношення попиту і пропозиції; 5) насичення ринку товарами; 6) усунення дефіциту.

Ринкові відносини – це система економічних відносин між продавцями й покупцями. Ці відносини показують рух товару зі сфери виробництва до сфери споживання, від виробника до покупця.

Кон'юнктура – це стан справ у певній галузі. Розрізняють:

- кон'юнктуру ринку, тобто сукупність економічних умов на ринку в процесі реалізації товарів і послуг. Вона проявляється через такі економічні показники: 1) платоспроможність споживачів; 2) стан товарних запасів; 3) співвідношення попиту і пропозиції; 4) рівень цін; 5) ємність ринку та інші;

- кон'юнктуру торгівлі, тобто становище в торгівлі в даний момент часу. Вона відрізняється від кон'юнктури ринку своїми показниками. До показників кон'юнктури торгівлі відносять: 1) стан матеріально-технічної бази торгівлі; 2) швидкість обороту товарів; 3) забезпеченість торгівлі товарними ресурсами; 4) динаміку попиту населення і роздрібних цін на товари;

- господарську кон'юнктуру, тобто становище в економіці в цілому в даний час, сукупність економічних умов. Показники господарської кон'юнктури – це: 1) темпи і пропорції суспільного

відтворення; 2) рівень зарплати; 3) динаміка і співвідношення цін; 4) відсоток за кредит.

Завдання 13. Визначте структуру тексту 6. Для цього підкресліть в кожному абзаці ключові слова (основну думку). Визначте, який це текст (опис поняття, опис проблеми, опис процесу).

Завдання 14. Напишіть називний план до тексту 6.

Завдання 15. Запишіть основну інформацію тексту 6 у реферативній формі, використовуючи такі дієслівні конструкції:

Текст присвячений чому?

Основна думка роботи полягає в чому?

Автор говорить про що?

У тексті йдеться про що?

У тексті називається/перераховується що?

Завдання 16. Знайдіть у тексті дієслова руху. Визначте їхнє значення (пряме, переносне).

Завдання 17. Слова із дужок використайте в потрібному відмінку. Знайдіть дієслова руху. Поясніть їхнє значення.

1 Кожен підприємець хоче успішно вести (комерційна діяльність). 2 Деякі економісти проводять (політика збереження заощаджень). 3 До (ринкові процеси) належить рух товару від виробника до споживача. 4 Що входить у сукупність товарно-грошових відносин? 5 Економічні відносини показують, як рухається товар від (виробник) до (покупець). 6 Кожна держава хоче вийти з (будь-яка криза). 7 Незнання (кон'юнктура ринку) може призвести до банкрутства. 8 У супермаркеті проходить щотижнева акція. 9 Як можна вийти з (економічна криза)? 10 Ринкові відносини входять до (система) економічних відносин між (продавці і покупці). 11 Швидкість обороту товарів відносять до (кон'юнктура) торгівлі.

Завдання 18. Утворить від кожного іменника прикметник і узгодьте використання цього прикметника з визначеним словом.

Наприклад, **товар** → **товарний** ринок

ринок → а) відносини; б) процеси; в) кон'юнктура;

економіка → а) відносини; б) умови; в) показники;

суспільство → а) виробництво; б) фонд; в) відтворення;

держава → а) бюджет; б) політика; в) банк; г) економіка;

нація → а) банк; б) дохід; в) ринки; г) економіка;

гроші → а) виплати; б) кошти; в) займи; г) дефіцит;

товар → а) запаси; б) ресурси; в) дефіцит.

Завдання 19. Замініть дієслівні словосполучення іменними словосполученнями.

Наприклад, **вивчати** (що?) ринок → **вивчення** (чого?) ринку

виробляти продукцію →

впливати на платоспроможність споживачів →

залежати від якості товару →

наповнювати ринок товарами →

ліквідувати дефіцит →

формувати платоспроможний попит →

забезпечити торгівлю товарними ресурсами →

вести свою комерційну діяльність →

реалізувати товари і послуги →

купувати товари →

продавати товари →

збувати товари →

закуповувати сировину →

характеризувати динаміку ринку →

Література [3, 4].

6 ВИРАЖЕННЯ ЗМІНИ КІЛЬКОСТІ, ЯКОСТІ, ДІЇ, СТАНУ

Для вираження кількісних змін можуть використовуватися дієслова (ліва колонка таблиці) і поєднання (кількісні зміни і терміни) (таблиця 11).

Таблиця 11

Дієслова зміни	Кількісні зміни	Терміни
Збільшувати(ся) – збільшити(ся) Зростати – зрости Рости – вирости Підвищувати(ся) – підвищити(ся) Скорочувати(ся) – скоротити(ся) Знижувати(ся) – знизити(ся) Падати – впасти	на скільки відсотків на скільки одиниць у скільки разів з ... до ...	на місяць на рік

Зверніть увагу!

Дієслова **рости, зростати і падати** не мають частинки – СЯ. Значення **процесуальності** в українській мові може виражатися за допомогою дієслів **проходити, виробляти, знижуватися, збільшуватися** – дієсловами недоконаного виду.

Завдання 1. Складіть речення, використовуючи іменники та дієслова з таблиці 12 та інформацію з таблиці 13.

Таблиця 12

Іменники	Дієслова
Об'єм виробництва Рівень цін Використання ресурсів	Збільшувати(ся) Збільшити(ся)
Ціни	Зростати Зрости
Об'єм виробництва Зайнятість працівників Прибутки (доходи)	Підвищувати(ся) Підвищити(ся)
Об'єм виробництва	Скорочувати(ся) Скоротити(ся)

Продовження таблиці 12

Іменники	Дієслова
Об'єм виробництва Зайнятість Прибутки	Знижувати(ся) Знизити(ся)
Об'єм виробництва Ділова активність Торговельна активність	Падати Впасти

Таблиця 13

Фази ділової активності	Особливості
Пік	Повне використання ресурсів, виробництво працює на повну або майже на повну потужність. Рівень цін має тенденцію до підвищення
Спад	1 Скорочення загального обсягу виробництва, доходів, зайнятості й торгівлі. 2 Масове зниження ділової активності в багатьох секторах економіки. Рівень цін, як правило, не змінюється
Найнижча точка спаду	Виробництво і зайнятість досягають найнижчого рівня.
Підйом	Виробництво зростає, ступінь використання ресурсів збільшується. Ціни можуть незначно підвищуватися

Завдання 2. Користуючись матеріалом таблиці, дайте відповідь, чим характеризується кожна фаза ділової активності.

Завдання 3. Прочитайте текст 7. Дайте назву тексту. Виконайте завдання до та після тексту.

Текст 7

а) Відомо, що з самого початку 60-х років минулого століття економіка Південної Кореї розвивалася швидкими темпами. За три десятиліття (з 1962 по 1989 рік) валовий національний продукт ↑ _____ в середньому ... 8 % _____ рік і ↑ _____ ... 2 мільярди двісті мільйонів доларів у 1962 році.

А вже в 1989 році ↑ _____ ... \$ 204 мільярди _____.
Середній річний дохід населення ↑ _____ ... \$ 87
_____ на одну людину у 1962 році, ... \$ 483
_____ у 1989 році. Обсяг торгівлі товарами народного
споживання ↑ _____ ... \$ 480 мільйонів
_____ у 1962 році, і ... \$ 127 мільярдів 900 мільйонів
_____ у 1990 році.

б) За певний період часу ринкова частка банків і ощадних установ
Сполучених Штатів Америки в сукупних фінансових активах
істотно ↓ _____. Так у 1980-х роках ринкова частка
комерційних банків ↓ _____ (... 37 ... 27 % _____), а
ощадних установ - (... 23 ... 16 % _____).

У той же час ринкова частка фінансових активів страхових
компаній, пенсійних і трастових фондів, інвестиційних і
фінансових компаній ↑ _____ (... 39 ... 57 % _____).

Цілком очевидний той факт, що американські фірми і
домогосподарства переводять все більше своїх заощаджень і позик
з банків і ощадних установ в інші фінансові інститути.

Завдання 4. Визначте структуру тексту 7. Для цього
підкресліть у кожному абзаці ключові слова (основну думку).
Визначте, який це текст (опис поняття, опис проблеми, опис
процесу).

Завдання 5. Напишіть називний план до тексту 7.

Завдання 6. Запишіть основну інформацію тексту 7 у
реферативній формі, використовуючи такі дієслівні конструкції:

Текст присвячений чому?

Основна думка роботи полягає в чому?

Автор говорить про що?

У тексті йдеться про що?

У тексті називається/перераховується що?

Завдання 7. а) відновіть тексти, замінивши знаки (↑, ↓, \$, %) словами.

↑ - збільшувати(ся) – збільшити(ся)

зростати – зрости
рости – вирости
підвищувати(ся) – підвищити(ся)

↓ - скорочувати(ся) – скоротити(ся)
знижувати(ся) – знизити(ся)
падати – впасти

\$ - долари;
% - відсотки;

б) замість крапок використайте потрібний прийменники **на, у (в), з ... до.**

Завдання 8. а) подивіться на таблицю 13 і дайте відповідь на питання: скільки фаз проходить цикл ділової активності у своєму розвитку?

б) дайте кваліфікацію фазам циклу ділової активності.

Фази циклу ділової активності:

- пік;
- спад;
- нижча точка спаду;
- підйом.

Література [4, 5].

7 ВИРАЖЕННЯ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ І ВЗАЄМОДІЇ ПРОЦЕСІВ, ЯВИЩ, ПОДІЙ. ВИРАЖЕННЯ ПРИЧИННО-НАСЛІДКОВИХ ВІДНОСИН

Для вираження причинно-наслідкових відносин використовуються такі конструкції.

1 Активні конструкції (таблиця 14).

Таблиця 14

Причина	Що?	веде призводить	наслідок / результат	до чого
	Що?	впливає		на що
	Що?	викликає		що
	Що?	обумовлює зумовило		що
	Що?	є (стало) причиною		чого
	Що?	сприяє		чому
	Що?	залежить		від
	Що	дієслова зміни (дивись таблицю 11)		тому ось чому

Наприклад, обмеженість ресурсів **призвела** до першого суспільного поділу праці.

Прості речення:

Обмеженість ресурсів **викликала** перший громадський поділ праці.

Обмеженість ресурсів **зумовила** перший громадський поділ праці.

Обмеженість ресурсів **стала причиною** першого суспільного поділу праці.

Складне речення:

Обмеженість ресурсів **вплинула на те, що** з'явився перший суспільний поділ праці.

2 Пасивні конструкції (таблиця 15).

Таблиця 15

Наслідок / Результат	Що	викликається викликаний, -а, -о, -і	причинОЮ	чим
		обумовлюється обумовлений, -а, -о, -і		

Наприклад, перший суспільний поділ праці **викликаний** / **зумовлений** обмеженістю ресурсів.

Завдання 1. Заповніть таблицю 16.

Таблиця 16

Дієслово	Іменник
Змінити/змінювати	Зміна
Падати	Падіння
Рости, зростати, приростати/ вирости, зрости, прирости	
Збільшуватися/збільшитися	
Зберігати/зберегти	
Скорочувати/скоротити	
Споживати/спожити	
Надавати перевагу/віддати перевагу; вважати за краще + інфінітив ≠ вважати за гірше + інфінітив	
Питати/запитати (економічне значення «Бажати купити»)	
Знижувати/знизити	
Пропонувати/запропонувати	

Завдання 2. Використовуючи дані таблиць 14 і 15, висловіть причинно-наслідкові зв'язки всіма відомими вам способами.

Наприклад:

Причина	Наслідок /результат
Зміна заробітної плати працівників	Зміна прибутку підприємця

Зміна заробітної плати працівників **веде** до зміни прибутку підприємця.

Зміна заробітної плати працівників **обумовлює/викликає** зміну прибутку підприємця.

Зміна заробітної плати працівників є причиною зміни прибутку підприємця.

Зміна прибутку підприємця **викликається/обумовлюється** зміною заробітної плати працівників.

Причина	Наслідок /результат
Зростання заробітної плати	Зниження прибутку
Падіння заробітної плати	Підвищення прибутку
Падіння продуктивності праці сільськогосподарського виробництва	Зростання цін на продукти харчування
Зростання населення	Падіння заробітної плати
Зростання доходів	Збільшення заощаджень і відносне скорочення споживання

Зверніть увагу!

Для вираження причинно-наслідкових відносин можливе використання іменників з **протилежним значенням** – **(Залежність)**.

Вираження зміни процесуальності (тобто зміни **процесу**, який відбувається при зміні іншого процесу, де два процеси знаходяться у взаємозв'язку, взаємозалежності, взаємодії) можна описати за допомогою:

- 1) союзних слів **коли** і **якщо** (у складному реченні);
- 2) прийменника **при** (у простому реченні);
- 3) складеного союзу – **чим** + порівняльний ступінь, **тим** + порівняльний ступінь (залежність);
- 4) слів і конструкцій **отже, таким чином, тому, ось чому, у результаті, у результаті чого ..., внаслідок чого... .**

Зверніть увагу!

Коли і **якщо** не є повними синонімами. **Якщо** – це союзне слово для вираження **причинно-наслідкових** та **умовних** відносин.

Якщо ціну на товар **підвищити**, попит на товари знизиться. (Умова). → У даному випадку неможливе використання союзного слова **коли**.

Завдання 3. Висловіть причинно-наслідкові зв'язки за допомогою союзних слів **коли** або **якщо**.

Наприклад:

Причина	Наслідок /результат
Ціна на товар підвищується	Попит на нові товари знижується

Коли ціна на товар **підвищується**, попит на нові товари **знижується**. = **Якщо** ціна на товар **підвищується**, попит на нові товари **знижується**.

Причина	Наслідок /результат
Вважати за краще купувати більше європейських товарів	Пропозиція євро на валютному ринку збільшується
Пропозиція євро на валютному ринку збільшується	Ціна євро знижується
Ціна євро знижується	Попит українців на європейські товари збільшується
Попит на товари збільшується	Ціна на товари зростає
Ручна праця використовується часто	Ручна праця стає менш продуктивною

Завдання 4. Запишіть інформацію складного речення, використовуючи прийменник **при**.

Наприклад, коли (якщо) споживчий товар або продукція зношується, попит на нові товари збільшується. (**складне речення**) → **При** зношенні споживчих товарів попит на нові товари збільшується. (**просте речення**)

- 1 Коли заробітна плата знижується, платоспроможність населення також знижується.
- 2 Коли заробітна плата підвищується, платоспроможність населення також підвищується.
- 3 Коли пропозиція ручної праці на ринку праці відсутня, заробітна плата таких працівників зростає.
- 4 Коли купівельна спроможність покупця обмежується, інтерес до придбання нових товарів відсутній.
- 5 Якщо знизити обсяг виробництва, можливе виникнення дефіциту товарів.
- 6 Якщо збільшити обсяг виробництва, можливе виникнення профіциту товарів.
- 7 Якщо підвищити ціни на паливно-мастильні матеріали та енергоносії, ціни на всі продукти споживання також зростуть (підвищаться).
- 8 Якщо знизити ціни на паливно-мастильні матеріали та енергоносії, ціни на всі продукти споживання також упадуть (знижаться).

Завдання 5. Зверніть увагу на запропоновані варіанти. За даним прикладом змініть речення.

Наприклад, попит на товари зростає, **тому** піднімається їхня ціна. →

- 1 **Чим** вище попит на товари, **тим** вище їхня ціна.
 - 2 Збільшення попиту на товари **веде** до підвищення їхньої ціни.
 - 3 Підвищення ціни на товари **обумовлено** збільшенням (зростанням) попиту на них.
 - 4 **При** підвищенні попиту на товари зростають у ціні.
 - 5 Спостерігається **залежність** зростання цін на товари від підвищення попиту на них.
 - 6 У тексті **ідеться про** залежність зростання цін на товари від підвищення попиту на них.
 - 7 Попит на товари зростає, **ось чому** піднімається їхня ціна.
-
- 1 Зниження цін на товари сприяє зростанню попиту на них.
 - 2 Зі зростанням цін попит на товари і послуги скорочується.

- 3 Низька вартість товару прискорює його реалізацію.
- 4 Висока вартість товару уповільнює його реалізацію.
- 5 Зростання цін на товари викликає інтерес виробника і сприяє збільшенню пропозиції.
- 6 Падіння цін на товари не викликає інтерес виробника і не сприяє збільшенню пропозиції.
- 7 Незнання стану елементів ринку призводить до великих збитків.
- 8 Розмір заробітної плати залежить від обсягу виробленої продукції.

Завдання 6. Прочитайте текст 8. Дайте назву тексту. Виконайте завдання після тексту.

Текст 8

Товарне виробництво з'явилося в результаті суспільного розподілу праці. Навіть у примітивному натуральному господарстві поділ праці дає високу ефективність у виробництві продуктів. Відомий усьому світу економіст П. Самуельсон зазначає, що ще в давні часи люди вважали, що товстим людям треба займатися рибальством, худим – полювати, а спритним – виготовляти ліки.

Спеціалізація ефективна тоді, коли між виробниками існує тісний зв'язок, тому що сам по собі поділ праці ставить людей у залежність один від одного. Звідси випливає проблема координації праці. Якщо раніше ремісник або фермер виробляв продукт і обмінював його за бажанням, то при поділі праці стає необхідною узгодженість у праці.

Завдання 7. Визначте структуру тексту 8. Для цього підкресліть у кожному абзаці ключові слова (основну думку). Визначте, який це текст (опис поняття, опис проблеми, опис процесу).

Завдання 8. Напишіть називний план до тексту 8.

Завдання 9. Запишіть основну інформацію тексту 8 у реферативній формі, використовуючи такі дієслівні конструкції:

Текст присвячений чому?

Основна думка роботи полягає в чому?

Автор говорить про що?

У тексті йдеться про що?

У тексті називається/перераховується що?

Завдання 10. Прочитайте фрагменти текстів і коротко передайте зміст мікротекстів, використовуючи конструкції, які виражають процес (**призводить, веде, породжує, у результаті, внаслідок**).

Наприклад, обмеженість ресурсів змусила людей ще в первісному суспільстві зрозуміти, що поділ праці – виключна умова зростання продуктивності і ефективності виконання будь-яких робіт.

Прості речення:

Обмеженість ресурсів **призвела до** першого громадського поділу праці.

Обмеженість ресурсів **породила** перший громадський поділ праці.
Внаслідок обмеженості ресурсів з'явився перший суспільний поділ праці.

1 Обмеженість ресурсів змусила людей ще в первісному суспільстві зрозуміти, що поділ праці - виключна умова зростання продуктивності і ефективності виконання будь-яких робіт. Саме з цієї причини виник перший громадський поділ праці між різними племенами.

2 За останні 50 років споживання води на нашій планеті зросло в три рази. Вже сьогодні багато країн світу страждають від нестачі води. Селяни в різних країнах світу кидають свої поля, тому що ґрунт перестає плодоносити. Навіть Китай сьогодні закуповує рис, оскільки існує проблема з водними ресурсами.

3 Фірми й галузі, що виробляють інвестиційні товари (наприклад, житлові будинки, будівлі комерційного призначення, важке обладнання і техніку для ферм) і споживчі товари тривалого користування (автомобілі, персональні комп'ютери, холодильники), на деякий час можуть відкласти покупку засобів виробництва.

8 МАТЕРІАЛ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Завдання 1. Використовуючи інформацію тексту, запишіть значення поняття «конкурентний ринок».

Фірма, яка виходить зі своїм товаром на ринок, найчастіше стикається з конкуренцією з боку інших фірм, які також хочуть продати свої товари. Всі ці фірми змушені змагатися між собою через обмеженість ресурсів (перш за все грошових коштів), які покупці мають у своєму розпорядженні для купівлі товарів на даному ринку. Суперництво може розгортатися по-різному. І кожна фірма повинна враховувати тип конкуренції, з яким вона зустрінеться на ринку.

Таким чином, враховуючи тип конкуренції, кожна фірма проводить свою особисту комерційну політику.

Завдання 2. Виділіть у тексті інформацію про класифікацію об'єкта. Визначте, на яких підставах автор класифікує об'єкти. Запишіть свою відповідь.

У цілому сфера діяльності, названа менеджментом фірми, може бути поділена на окремі функції, які зосереджені в трьох основних групах:

- загальне управління (встановлення нормативних вимог і політики управління, політики інновацій, планування, організація роботи, мотивація, координація, контроль, відповідальність);

- управління структурою підприємства (його створення, предмет діяльності, правові форми, зв'язки з іншими підприємствами, територіальні питання, організація, реконструкція, ліквідація);

- конкретні сфери управління (маркетинг, виробництво, кадри, фінанси, основні фонди).

Завдання 3. Чому присвячений текст? Дайте йому назву.

У різний час економісти пропонували різноманіття теорій, що пояснюють коливання ділової активності.

Автори деяких концепцій стверджують, що на інвестиції та споживчі витрати, а отже, і виробництво, зайнятість і рівень цін, великий вплив мають великі технічні нововведення, такі як залізниці, автомобілі, синтетичні волокна або мікрочіпи. Але такі масштабні нововведення з'являються нерегулярно, що і пояснює, на думку прихильників такого підходу, очевидну нестабільність економічної активності.

Завдання 4. Прочитайте текст і використайте потрібні слова з поданих нижче.

Наприклад, ціна товару ... на попит. Елементи ринку постійно ... один з одним.

Ціна товару **впливає** на попит. Елементи ринку постійно **взаємодіють** один з одним.

Успішний підприємець завжди пам'ятає, що всі елементи ринку постійно ... і ... один на одного. Виробник товарів повинен вміти ... сукупний попит на свою продукцію на кілька років вперед і тільки після цього визначати ... випуску продукції. Він не повинен забувати, що купівельна ... споживачів постійно ... попит на товари, а високі ціни ... швидкої реалізації продукції. Розумний виробник ... витрати, щоб ... собівартість продукції. Однак слід пам'ятати, що дешева продукція не ... інтересу виробника і не ... збільшенню виробництва і пропозиції.

Слова: враховувати, обсяг, спроможність, регулювати, перешкоджати, скорочувати, знизити, викликати, сприяти.

Список літератури

1 Черемська О. С., Гайдамака Г. Г. Практичні та контрольні завдання з навчальної дисципліни «Українська мова» для студентів-іноземців усіх напрямів підготовки всіх форм навчання. Харків: Вид. ХНЕУ, 2011. 68 с.

2 Гайдамака Г. Г., Данкіна Л. С., Черемська О. С. Практичний курс з української мови для студентів-іноземців: навч.-практ. посіб. Харків: Вид. ХНЕУ, 2011. 140 с.

3 Гайдамака Г. Г., Підгородецька І. Ю. Професійно-орієнтовані тексти для студентів-іноземців денної форми навчання. Харків: Вид. ХНЕУ, 2008. 72 с.

4 Черемська О. С., Гайдамака Г. Г. Російсько-український словник сталих науково-технічних та економічних зворотів / за заг. ред. докт. екон. наук, проф. В. С. Пономаренка. Харків: Вид. ХНЕУ, 2007. 152 с.

5 Словник іншомовних слів / Л. О. Пустовіт, О. І. Скопенко, Г. М. Сюта та ін. Київ: Вид. «Довіра»; УНВЦ «Рідна мова», 2000. 1018 с.

6 Черемська О. С., Шелепкова І. М. Тексти та завдання з наукового стилю мови з навчальної дисципліни «Українська мова (за професійним спрямуванням)» для іноземних студентів усіх напрямів підготовки всіх форм навчання. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 56 с.

7 Українська мова. Науковий стиль мовлення: посіб. для студентів-іноземців економічних спеціальностей. Київ: НАУ, 2013. 144 с.

8 Черемська О. С., Сухенко В. Г., Карікова Н. М. Українська мова (за професійним спрямуванням): навч.-практ. посіб. для іноземних студентів усіх напрямів підготовки. Харків: Вид. ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. 190 с.

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
та навчальний матеріал
з дисципліни
*«МОВА НАВЧАННЯ
ТА СОЦІАЛЬНО-ПОБУТОВОГО СПІЛКУВАННЯ»*

Відповідальний за випуск Сажина Т. М.

Редактор Ібрагімова Н. В.

Підписано до друку 23.06.21 р.

Формат паперу 60x84 1/16. Папір писальний.

Умовн.-друк. арк. 1,75. Тираж 5. Замовлення №

Видавець та виготовлювач Український державний університет
залізничного транспорту,
61050, Харків-50, майдан Фейербаха, 7.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 6100 від 21.03.2018 р.