Федеральное государственное образовательное

бюджетное учреждение высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**Кафедра «Иностранные языки – 3»**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК**

**Методические указания по выполнению**

**контрольных работ№1**

**Для самостоятельной работы студентов второго курса заочного отделения,**

**обучающихся по направлению подготовки**

**«Бизнес - информатика»**

МОСКВА 2015

Федеральное государственное образовательное

бюджетное учреждение высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК**

**(французский язык)**

**Методические указания по выполнению**

**контрольных работ**

**Для самостоятельной работы студентов второго курса заочного отделения,**

**обучающихся по направлению подготовки**

**«Бизнес - информатика»**

**Кафедра «Иностранные языки – 3»**

**Одобрено на заседании кафедры «Иностранные языки - 3»,**

**протокол № 1 от 31 августа 2015 г.**

**Москва 2015**

**Методические указания разработали:**

доктор филологических наук **Л.С.Чикилева**

ст. преподаватель **Р.Г. Гусева**

Методические указания по выполнению контрольной работы № 1 для самостоятельной работы студентов второго курса Института заочного обучения (бакалавриат), обучающихся по направлению подготовки «Бизнес - информатика». – М.: Финуниверситет, 2015.

**Структура курса**

Обучение профессиональному иностранному языку предполагает следующие**формы работы:**

* аудиторные групповые занятия под руководством преподавателя;
* обязательная самостоятельная работа по заданию преподавателя, выполняемая во внеаудиторное время, в том числе с использованием компьютерных технологий,
* индивидуальная самостоятельная работа студентов на занятии под руководством преподавателя,
* групповые предэкзаменационные консультации.

Особое внимание уделяется самостоятельной работе студентов с электронными учебно-методическими материалами.

Самостоятельная работа студентов-бакалавров в процессе освоения иностранных языков включает в себя:

* работу с образовательными ресурсами интернет - репозитория;
* выполнение учебных заданий на занятиях;
* выполнение учебных заданий в компьютерном классе под руководством преподавателя и самостоятельно;
* выполнение домашних заданий;
* поиск дополнительных материалов в Интернете;
* подготовку презентаций;
* подготовку к экзамену.

Цели и задачи дисциплины

Основной целью курса является овладение студентами коммуникативной компетенцией, которая в дальнейшем позволит пользоваться иностранным языком в различных областях профессиональной деятельности, в научной и практической работе, в общении с зарубежными партнерами, для самообразования и других целей.

Наряду с практической целью, курс «Профессиональный иностранный язык» реализует образовательные и воспитательные цели, способствуя расширению кругозора студентов, повышению их общей культуры, а также культуры повседневного и делового общения, воспитанию толерантности и уважения к ценностям других стран и народов. В сложившейся ситуации представляется весьма актуальным и своевременным изучение дисциплины «Профессиональный иностранный язык». Таким образом, целью данного курса является обучение практическому владению языком делового общения для активного применения иностранного языка в профессиональной деятельности.

**Задачи изучения дисциплины**

Реализация основной цели обучения профессиональномуиностранному языку предполагает овладение следующим комплексом знаний, умений и навыков:

- иноязычные речевые умения устного и письменного общения, такие как чтение оригинальной литературы разных функциональных стилей и жанров, умение принимать участие в беседе повседневного и профессионального характера, выражение различных коммуникативных намерений, владение основными видами монологического высказывания, соблюдение правил речевого этикета и понимание на слух, владение основными видами делового письма;

- знание языковых средств и формирование языковых навыков в области фонетики, лексики и грамматики;

- умение пользоваться словарно-справочной литературой на иностранном языке и электронными словарями;

- знание национальной культуры, а также культуры общения и особенностей делового общенияв странах изучаемого языка;

- умение осуществлять самостоятельный творческий поиск информации на иностранных языках для профессиональных целей.

В ходе изучения дисциплины «Профессиональный иностранный язык» ставятся следующие задачи:

- совершенствование полученных навыков и умений во всех видах речевой деятельности;

- формирование навыков и умений самостоятельной работы и применения их на практике.

***Письмо***

Письмо как продуктивное умение включает следующие частные умения:

* написать текст в соответствии с поставленной задачей;
* соответствовать заданию с точки зрения структуры и объема текста.

Виды речевых произведений: деловое письмо, резюме, анкета.

Содержание обучения письменной речи состоит в развитии коммуникативных умений. К коммуникативным умениям, необходимым при обучении письменной речи, относятся следующие:

* заполнять бланки (указывать имя, фамилию, пол, возраст, гражданство, адрес);
* писать стандартные письма;
* вести деловую переписку;
* писать заявления;
* заполнять формуляры различного вида;
* излагать сведения о себе в форме, принятой в стране/странах изучаемого языка (автобиография/резюме), уметь понимать речь по телефону.

***Говорение и аудирование***

Студенты должны владеть следующими умениями:

* уметь поддержать диалог по телефону;
* понимать звучащие аутентичные тексты и выполнять задания, связанные с проверкой понимания на слух;
* использовать формы речевого этикета.

Содержание обучения монологической речи состоит в овладении разными видами монолога, включая высказывания по поводу прочитанного. Для этого предусматривается развитие следующих умений:

- делать сообщения, содержащие наиболее важную информацию по теме/проблеме;

- рассказать о себе, своей профессиональной деятельности;

- уметь понять на слух речь на иностранном языке по телефону;

-уметь поддержать диалог по телефону;

- кратко передать основное содержание, основную мысль прочитанного или услышанного.

***Чтение***

В результате обучения у студентов должно сформироваться умение читать со словарем и без словаря тексты по специальности, объявления, анкеты. При обучении поисковому чтению с выборочным извлечением информации развивается умение быстро находить нужную информацию, опуская несущественные детали.

Основные умения при данном виде чтения:

- определять тему, выделять основную мысль;

- выбирать из текста основные факты, опуская второстепенные;

- прогнозировать содержание текста по заголовку, началу текста;

- догадываться о значении ключевых слов и обходить незнакомые слова,

которые не препятствуют пониманию основного содержания.

В результате изучения дисциплины «Профессиональный иностранный язык» студент должен:

**Знать:**

* иностранный язык в объеме, необходимом для получения профессиональной информации из зарубежных источников и элементарного общения на деловом уровне;
* иностранный язык для осуществления межличностного общения в профессиональной деятельности;
* общую, деловую и профессиональную лексику иностранного языка в объеме, необходимом для общения, чтения и перевода (со словарем) иноязычных текстов в рамках делового общения;
* основные грамматические явления и структуры, используемые в устном и письменном общении;
* межкультурные различия, культурные традиции и реалии, культурное наследие своей страны и страны изучаемого языка.

**Уметь:**

* использовать иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности;
  + адекватно выражать свои мысли при беседе и понимать речь собеседника на иностранном языке;
* заполнять анкеты, составлять резюме, составлять деловые письма на иностранном языке;
* сообщать информацию на основе прочитанного текста в формате подготовленного монологического высказывания;
* соблюдать речевой этикет в ситуациях повседневного и делового общения (устанавливать и поддерживать контакты, завершить беседу, запрашивать и сообщать информацию).

**Владеть:**

* + основами публичной речи, деловой переписки, перевода текстов по специальности;
  + навыками, достаточными для делового профессионального общения, последующего изучения зарубежного опыта в профилирующей и смежной областях профессиональной деятельности, совместной производственной и научной работы;
  + умениями грамотно и эффективно пользоваться источниками информации (справочной литературой, ресурсами Интернет);
  + навыками выражения своего мнения в процессе делового общения на иностранном языке;
  + навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по проблемам экономики и менеджмента.

**Выполнение контрольных заданий и оформление**

**контрольных работ**

* Контрольные задания по французскому языку представлены в трех вариантах.

|  |  |
| --- | --- |
| Начальная буква фамилии студента | № варианта |
| А, Б, В, Г, Д, Е, Ж, З, И | 1 |
| К, Л, М, Н, О, П, Р, С, | 2 |
| Т, У, Ф, Х, Ц, Ч, Ш, Щ, Э, Ю, Я | 3 |

* Контрольные задания выполняются на компьютере. На титульном листе (см. Приложение) указывается фамилия студента, номер группы, номер контрольной работы и фамилия преподавателя, у которого занимается студент. Электронную версию контрольной работы можно найти на сайте кафедры «Иностранные языки – 3» (см. раздел [**«Учебные ресурсы»**](http://www.vzfei.ru/rus/platforms/iya/student.htm)).
* В конце работы должна быть поставлена подпись студента и дата выполнения задания.

Контрольные задания должны быть выполнены в той последовательности, в которой они даны в настоящем пособии.

* Выполненную контрольную работу необходимо сдать преподавателю для проверки и рецензирования в установленные сроки.
* Если контрольная работа выполнена без соблюдения изложенных выше требований, она возвращается студенту без проверки.

## Французский язык

## Контрольная работа №1

**Вариант 1.**

**I. Прочитайте и переведите на русский язык весь текст.**

**Discours du Secréraire Général**

|  |
| --- |
| Messieurs,  Permettez-moi de vous souhaiter la bienvenue au sein de notre Chambre de Commerce et d’Industrie, et de vous la présenter rapidement. L’origne de ces chambres remonte au Moyen Age : vous voyez que l’idée de lа représentation des intérêts commerciaux est très ancienne en France. C’est la loi du 9 avril 1948 qui, tenant compte d’une expérience plusieurs fois séculaire, a créé à leur usage des règles uniformes de composition, d’organisation et de compétence. La France compte actuellement plus de 160 chambres, tant en métropole que dans les départements d’Outre-Mer. Ces chambres sont regroupées à l’échelon régional, au sein de 22 chambres régionales de Commerce et d’industrie, et à l’échelon national, dans une Assemblée permanente des Chambres de Commerce et d’Industrie. Quant à leur rôle, il découle tout naturellement de leur structure. Etant une institution pensante et agissante, une Chambre a une double mission : mission consultative et mission administrative.  Mission consultative, car les chambres sont expressément habilitées à donner au gouvernement les avis et renseignements qui leur sont demandés sur des questions industrielles et commerciales, ainsi qu’à présenter leurs vues sur les moyens d’accroître la prospérité de l’industrie et, partant, du commerce. Elles ont aussi la faculté d’émettre des voeux de leur propre autorité, jouissant ainsi du droit d’initiative le plus large.  Mais cette mission, qui fut longtemps la plus importante, se complète aujourd’hui d’une mission administrative. La loi nous permet en effet de garder et d’administrer les services utiles aux intérêts dont nous avons la garde, et nous considérons que nous devons largement user des possibilités qui, légalement, nous sont reconnues à cet égard.  L’évolution de notre rôle est d’ailleurs inéluctable et je ne saurais mieux conclure qu’en vous rappelant la manière dont Monsieur le Ministre de l’Industrie devait souligner, il y a quelque temps, l’orientation nouvelle de nos activités : « Le rôle consultatif des Chambres , tout en gardant, sont intérêt, n’a plus de caractère exclusif des décennies passées. Les chambres sans cesser d’être représentatives, tendent à devenir des outils de réalisation économique dans l’ordre de l’enseignement et des infrastructures urbaines, commerciales, industrielles, routières et portuaires ». |

**II. Определите , являются ли утверждения:**

**а) VRAI**

**b) FAUX**

**c) NON INDIQUE**

1. Le rôle consultatif des Chambres a le caractère exclusif des décennies passées.
2. Le Président de notre Firme a pris la parole.
3. La mission consultative, qui fut longtemps la plus importante, se complète aujourd’hui d’une mission administrative.

**Внесите Ваши ответы в таблицу**

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

**III. Найдите лексические эквиваленты к выражениям из текста.**

**Переведите слова и выражения из первого столбика на русский язык.**

**Занесите Ваши ответы в таблицу.**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. des intérêts commerciaux 2. des règles uniformes de composition   3. donner au gouvernement les avis  4. présenter leurs vues  5. administrer les services utiles  6. user des possibilités  7. à cet égard  8. il y a quelque temps  9. l’orientation nouvelle  10. sans cesser d’être représentatives | a) utiliser qch  b) diriger les services  c) des intérêts économiques  d) pas longtemps  e) des ordres de composition  f) dans ce rapport  g) une nouvelle direction  h) parler franchement de  i) tout en continuant en fournir  j) donner leurs points de vue |

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

**IV. Определите основную идею текста.**

a) Etant une institution pensante et agissante, une Chambre a une double mission : mission consultative et mission administrative.

b)  Le rôle consultatif des Chambres n’a plus de caractère exclusif des décennies passées.

c) La France compte actuellement plus de 160 chambres.

**V. Расположите реплики диалога в правильной последовательности. Занесите Ваши ответы в таблицу (соедините цифры и буквы). Перепишитедиалогвправильномпорядке.**

a) Voilà! Encore merci de votre appel. Au revoir, Monsieur le Directeur.

b) Excusez-moi, je vous prie, pour cette interruption. Où en étions-nous?

c) Mais j'en suis tout à fait certain, cher Monsieur. Vous trouverez là-dedans tous les renseignements qui vous seront utiles sur les différents crus de France, et sur leurs caractéristiques.

d) Ah, oui. Je vous disais que vous trouverez ici même les documents dont vous avez besoin.

e) Vous êtes vraiement très aimable.Vous pouvez être sûr que je prendrai grand soins et tout cela.

f) Ce sera très pratique. Mais est-ce que je pourrai emprunter ces ouvrages?

g) Bien sûr! Nous n'allons pas vous obliger à les consulter sur place! Et vous pourrez les garder aussi longtemps qu'ils vous serons utiles. Je comprends que vous désiriez les conserver quelque temps.

h) Je pense que c'est exactement ce qu'il me faut.

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

**VI. Расположите части делового письма в правильном порядке (соедините буквы и цифры). Внесите ответы в таблицу. Перепишитеписьмовправильнойпоследовательности.**

a) Messieurs,

Suite à votrecourriercité enréférence, veuilleztrouverci-dessous les caractéristiques de notre produit.

b) Nous restons à votre disposition pour tous renseignements complémentaires.

c) Nos prix sont dans le catalogue.

d) Pour la vente au détail, ce produit est présenté en boîtes en plastique, dont vous trouverez une photo ci-jointe. Nous ne fabriquons plus ni de modèle en boîte métallique, ni de modèle familial.

e) Veuillez agréer, Messieurs, l’expression de nos sentiments dévoués.

f) Les expéditions se font par colis . Le minimum expédié est de 20 Boîtes. Nous n'expédions pas d'unités séparées. Les frais d'expédition sont à la charge du destinaitaire.

g) Au-dessus de 100 unités, nous accordons une remise de 5%.

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

**Вариант 2.**

**I. Прочитайте и переведите на русский язык весь текст.**

**Lecontrat**

Lorsque l’оn achète un vêtement ou des produits alimentaires, lorsque l’on monte dans un autobus, lorsqu’on commande un repas au restaurant ou lorsqu’on s’installe dans un fauteuil chez le coiffeur, on passe un acte juridique. Quand un contribuable paie ses impôts, quand un étudiant signe sa demande d’inscription à l’examen, l’un et l’autre font un acte juridique.

Il existe deux sortes d’actes juridiques. On les distingue selon le nombre de leurs auteurs. Lorsqu’un acte juridique est réalisé par une seule personne, ou un seul groupement, il est appelé acte unilatéral. Lorsqu’il est établi par deux ou davantage de personnes, qui ont entendu créer entre elles un rap­port de droit, il est appelé contrat, ou encore convention.

En droit privé, les actes juridiques unilatéraux sont plutôt exceptionnels. Car le principe de l’égalité juridique de tous les individus s’oppose à ce qu’une personne crée par elle-même et autoritairement des contraintes - ou même des avantages - envers une autre. Le plus courant des actes uni­latéraux du droit privé est le testament, qui peut d’ailleurs être refusé par le bénéficiaire.

Au contraire, l’acte juridique fondamental du droit privé est le contrat. Car un contrat repose sur l’accord réciproque des volontés. Le contrat est bilatéral - signé par deux personnes - ou multilatéral - signé par plus de deux personnes. Rien n’étant simple en droit, il existe aussi des contrats dit « unilatéraux ». Un contrat unilatéral est bel et bien un contrat, c’est-à-dire un accord entre deux personnes, mais ce contrat ne fait naître d’obligation qu’à la charge d’une seule. Le type le plus simple en est la donation.

Quand un contrat n’est pas unilatéral, mais qu’il fait naître respectivement des droits et des obligations réciproques entre les deux parties, il est appelé contrat synallagmatique. Un mot compliqué pour une chose aussi simple.

**II. Определите, являютсялиутверждения:**

**а) VRAI**

**b) FAUX**

**c) NON INDIQUE**

1. Le contrat de mariage est très répandu dans les pays d’Europe.
2. Le testament ne peut pas être refusé par le bénéficiaire.
3. La donation est un exemple du contrat unilatéral.

**Внесите Ваши ответы в таблицу**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. | 2. | 3. |
|  |  |  |

**III. Найдите лексические эквиваленты к выражениям из текста.**

**Внесите Ваши ответы в таблицу. Переведите слова и выражения из первого столбика на русский язык.**

|  |  |
| --- | --- |
| 1) On passe un acte juridique  2) Quand un contribuable paie ses impôts  3) l’acte unilatéral  4) le contrat  5) Les actes juridiques unilatéraux sont plutôt exceptionnels  6) Le testament peut être refusé par le bénéficiaire  7) le contrat bilatéral  8) le contrat multilatéral  9) Le type le plus simple en est la donation  10) le contrat synallagmatique | 1. la convention 2. le contrat signé par deux personnes 3. On peut renoncer à hériter la propriété d’un défunt 4. le contrat faisant naître respectivement des droits et des obligations réciproques entre les deux parties 5. le contrat signé par plusieurs personnes 6. On fait l’accord entre ceux qui rendent les services et ceux qui en profitent 7. l’acte juridique réalisé par une seule personne ou un seul groupement 8. l’exemple du contrat qui ne fait naître d’obligation qu’à la charge d’une seule personne 9. Les actes juridiques réalisés par une seule personne ou un seul groupement sont très rares 10. Quand un citoyen paie une somme fixe à l’Etat |

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

**IV. Определите основную идею текста.**

1. Le principe de l’égalité juridique est à la base de tous les contrats.
2. L’acte juridique fondamental du droit privé est le contrat.
3. Un contrat unilateral est bel et bien un contrat.

**V. Расположите реплики диалога в правильной последовательности. Внесите Ваши ответы в таблицу(соедините цифры и буквы). Перепишитедиалогвправильномпорядке.**

a) Ah bon ! Je vois le principe. Mais il nous faut étudier cela un peu plus dans le detail. b) Je suis ici comme conseiller fiscal français pour étudier la situa­tion des actionnaires hollandais de votre société Sonovision. Votre société a un double caractère. Pour la loi française, c’est une société anonyme, soumise donc à la loi sur les sociétés et à la réglementation fiscale française.

c) Bonjour, M. Trouiller. Entrez, je vous prie. Installez-vous; tenez, à cette petite table, ici. Nous serons mieux pour travailler.

d) Le but de ma mission est d’éviter que, pour les actionnaires hollandais, les deux législations s’appliquent simultanément. Autrement dit, de les empêcher de payer deux fois le même impôt, une fois dans chaque pays. Nous sommes d’accord?

e) Oui, mais pour mon pays, c’est une filiale de la société mère hollandaise, qui détient la majorité du capital.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. | 2. | 3. | 4. | 5. |
|  |  |  |  |  |

**VI. Расположитечастиделовогописьмавправильномпорядке. Внеситеответывтаблицу (соедините буквы и цифры).Перепишитеписьмовправильнойпоследовательности.**

a) Veillez égalementtrouverenannexenosconditionsdeventequi, comme

vous pourrez le constater vous-mêmes, sont devenues beaucoup plus souples pour les commandes venant de l’étranger.

b) Nous profitons donc de la publication de notre nouveau cata­logue pour attirer votre attention sur la gamme entièrement renouvelée de notre production.

c) Dans l’espoir de recevoir bientôt votre commande, nous vous prions d’agréer, Messieurs, l’expression de nos sentiments dévoués.

d) Messieurs,nous sommes restés pendant un certain temps sans vos comman­des.

e) Societe Mory, 21, rue Gambetta, 20031 Marseille, Cedex.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. | 2. | 3. | 4. | 5. |
|  |  |  |  |  |

**Вариант 3.**

**I. Прочитайте и переведите на русский язык весь текст.**

**LE TÉLÉPHONE, C’EST LE PLUS SPÉCIFIQUE ET LE PLUS PERSONNEL DE TOUS LES MÉDIAS**

À l’heure où le marketing direct est entré dans l’ère multi-médias, le téléphone est devenu un élément indispensable au dosage multi-médias. Il a été utilisé comme support complémentaire d’efforts multi-médias aussi divers que des campagnes dans des journaux ou magazines, des publicités radiophoniques et télévisées, des systèmes de télévision par câble, la publicité dans la rue et la publicité directe.

Utilisés en association avec la publicité directe, les programmes de marketing téléphonique se sont avérés de 2 à 5 fois plus efficaces que la publicité directe seule.

L’American Management Association est devenue une fervente adepte du téléphone, convaincue qu’en procédant à un suivi télépho­nique, après la sollicitation par publicité directe, on augmente les bénéfices d’une façon substantielle : le téléphone provoque une augmentation du nombre d’inscriptions aux séminaires d’affaires spé­cialisés, pouvant atteindre le taux élevé de 18% alors qu’il s’agit d’ap­pels faits sur des listes de personnes déjà contactées par mailing.

Certaines sociétés se sont servies de passages de conversations télé­phoniques enregistrées pour leur publicités radiophoniques.

Le téléphone peut être utilisé pour accroître la commande d’un client, suite à une vente initialement réalisée grâce à un autre média, par exemple en faisant une vente supplémentaire d’un article voisin. Les combinaisons de médias et les usages de ces combinaisons ne sont limités que par l’imagination du publicitaire.

Dans le contexte actuel où les médias tendent à opérer une sélec­tion plus poussée au niveau de leur cible (on peut citer comme exem­ple le développement de revues spécialisées et d’éditions régionales pour des zones géographiques-cibles, la tendance croissante des pos­tes radiophoniques à essayer de satisfaire des goûts spécifiques par le choix de programmes, l’existence de fichiers d’adresses informatisés très sophistiqués, etc.), le téléphone, « le plus spécifique et le plus per­sonnel de tous les médias », joue un rôle de plus en plus important comme moyen de contact persuasif avec le consommateur vigilant d’aujourd’hui, qu’il soit utilisé seul ou en combinaison avec d’autres médias.

Le téléphone offre au cadre de marketing le moyen d’atteindre de façon très personnelle la quasi-totalité de ses clients potentiels, pour toutes sortes de produits et de services. Et ceci de façon efficace, avec un minimum de perte, un rendement optimal et des résultats immé­diatement mesurables.

**II. Определите, являютсялиутверждения:**

**а) VRAI**

**b) FAUX**

**c) NON INDIQUE**

1. Le téléphone ne provoque pas une augmentation du nombre d’inscriptions aux séminaires d’affaires spé­cialisés.
2. Le téléphone joue un rôle de plus en plus important comme moyen de contact persuasif avec le consommateur vigilant d’aujourd’hui.
3. Le rôle de téléphone est très important pour le travail de bureau.

**Внесите Ваши ответы в таблицу**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. | 2. | 3. |

**III. Найдите лексические эквиваленты к выражениям из текста.**

**Внесите ваши ответы в таблицу. Переведите слова и выражения из первого столбика на русский язык.**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. un support complémentaire | 1. un passionné sur le téléphone |
| 1. contacté par mailing | 1. la publicité extérieure |
| 1. des systèmes de télévision par câble | 1. renforcer le contrôle |
| 1. une vente supplémentaire | 1. le soutien d'une autre |
| 1. un minimum de perte | 1. contacté par la poste |
| 1. une fervente adepte du téléphone | 1. la présentation de la publicité |
| 1. la publicité dans la rue | 1. la télévision câblée |
| 1. le consommateur vigilant | 1. les risques minimes |
| 1. accroître la commande | 1. les avis aux consommateurs |
| 1. l’imagination du publicitaire | 1. une vente additional |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. | 2. | 3. | 4. | 5. | 6. | 7. | 8. | 9. | 10. |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**IV. Определите основную идею текста.**

1. Certaines sociétés se sont servies de passages de conversations télé­phoniques enregistrées pour leur publicités radiophoniques.

2. Le téléphone est le plus spécifique et le plus per­sonnel de tous les médias.

3. Le téléphone peut être utilisé pour accroître la commande d’un client.

**V. Расположите фразы диалога в правильной последовательности. Внесите Ваши ответы в таблицу (соедините цифры и буквы). Перепишите диалог в правильном порядке.**

* 1. Je le fais tout de suite.

b) Je dois être là-bas le 2 janvier pour l’ouverture de la foire. À pro­pos, prenez le rendez-vous avec M. Hervé. Je veux le voir avant de partir.

c) Très bien.

d) Odille, je vais à Paris pour une semaine. Pouviez-vous vous occu­per de mon voyage, s’il vous plaît ?

d) Bien sûr. Quand partez-vous ?

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. | 2. | 3. | 4. | 5. |
|  |  |  |  |  |

**VI. Расположитечастиделовогописьмавправильномпорядке. Внесите ответы в таблицу (соедините буквы и цифры). Перепишитеписьмовправильнойпоследовательности.**

1. Dans l’attente de votre décision, je vous prie d’agréer, Messieurs, mes salutations distinguées.
2. Société Mory

21, rue Gambetta 20031 Marseille, Cedex

V/Réf:(3)

N/Réf : MD/xl 196

1. Nous sommes prêts à exécuter vos ordres mais nous vous conseillons de signer la police d’assurance contre toutes les avaries soit grosses, soit sim­ples.
2. Messieurs

Nous avons l’honneur de vous assurer réception de la commande que vous avez eu la bonté de nous envoyer.

e) Veuillez trouver ci-joint notre devis pour le transbordement de votre cargaison.

Le Directeur M. Perrin

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. | 2. | 3. | 4. | 5. |
|  |  |  |  |  |

Федеральное государственное образовательное бюджетное   
учреждение высшего образования

**«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»**

**(Финуниверситет)**

**Калужский филиал Финуниверситета**

**Факультет** «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»

**Кафедра** «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»

**КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА**

**по дисциплине** «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»

**на тему:** « »

наименование темы или вариант задания

**Выполнил (а) студент (ка)** \_\_\_\_\_\_ курса,

группы \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_,

формы обучения\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(очной, заочной)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(Ф.И.О. студента)

**Проверил преподаватель:**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(ученая степень, должность, Ф.И.О.)

|  |  |
| --- | --- |
| Дата поступления работы на кафедру: | Оценка:  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  (зачтено/не зачтено) подпись преподавателя |
| \_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2016 г. | \_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2016 г. |

Калуга 2016