**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ ПО ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ**

1. **ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

Программа вступительных испытаний по иностранному языку охватывает английский, немецкий, французский, китайский, а также русский как иностранный языки.

Требования на вступительном испытании (экзамене) в аспирантуру поиностранному (английскому, немецкому, французскому) языку соответствуют требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования и экзаменационным требованиям итогового экзамена по иностранному языку Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Требования вступительного экзамена в аспирантуру по русскому языку как иностранному приближены к требованиям экзамена за полный специализированный вузовский курс обучения русскому языку как иностранному, т.е. приблизительно соответствуют II сертификационному уровню Государственного образовательного стандарта по РКИ (общее владение и профессиональные модули существующей номенклатуры гуманитарных специальностей).

На вступительном экзамене поступающий должен продемонстрировать владение иностранным языком, соответствующее специализированному курсу обучения в СПбГЭУ.

1. **ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ ПО-ИНОСТРАННОМУ (АНГЛИЙСКОМУ, НЕМЕЦКОМУ, ФРАНЦУЗСКОМУ, КИТАЙСКОМУ) ЯЗЫКУ**

**2.1. ПРИ ПРИЕМЕ ЭКЗАМЕНОВ В ОЧНОМ РЕЖИМЕ**

**Вступительный экзамен проводится одновременно для всех поступающих в аспирантуру и включает в себя три задания:**

• Письменный перевод со словарем на русский язык оригинального текста по специальности. Объем 2000-2300 печатных знаков. Время подготовки – **45 минут**. Форма проверки – чтение вслух письменного перевода. Для этой работы Вам потребуется Ваш словарь.

• Ознакомительное чтение оригинального текста по специальности. Объем – 1800 – 2000 печатных знаков. Время подготовки – **10 минут**. Форма проверки – передача содержания на русском языке.

• Монологическое высказывание на иностранном языке **(без подготовки)** по вопросам, связанным со специальностью и предполагаемой научной работой аспиранта.

**Примерный перечень тем для беседы:**

1. Дипломный проект (дипломная работа)

2. Обзор литературы, использованной при написании дипломной

работы.

3. Почему Вы решили поступить в аспирантуру?

4. Актуальность избранной Вами специализации.

* 1. **ПРИ ПРИЕМЕ ЭКЗАМЕНОВ В ДИСТАНЦИОННОМ РЕЖИМЕ**

**Вступительный экзамен проводится одновременно для всех поступающих в аспирантуру и включает в себя три задания:**

• Ознакомительное чтение оригинального текста и передача основного содержания на английском языке. Объем 1800-2000 печатных знаков. Время подготовки **10 минут.**

• Ознакомительное чтение статьи на русском языке по общеэкономической, общественной и деловой тематике и развернутые ответы на три вопроса на английском языке по содержанию статьи. Объем 2500 - 3000 знаков. Время подготовки **10 минут.**

• Беседа на иностранном языке **(без подготовки)** по вопросам, связанным со специальностью и предполагаемой научной работой поступающего. Примерный перечень тем для беседы:

1. Дипломный проект (дипломная работа)

2. Обзор литературы, использованной при написании дипломной

работы.

3. Почему Вы решили поступить в аспирантуру?

4. Актуальность избранной Вами специализации.

**ПРИМЕРЫ БИЛЕТОВ**

**3.1**. **ПРИ ПРИЕМЕ ЭКЗАМЕНОВ В ОЧНОМ РЕЖИМЕ**

**АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК**

**Билет № 1**

1. **Письменный перевод со словарем оригинального текста по специальности. Объем – 2000-2300 печатных знаков. Время подготовки – 45 минут. Форма проверки – чтение вслух письменного перевода.**

The one Wall Street trader who had tried to persuade AIG FP to stop betting on the subprime mortgage bond market witnessed none of these internal politics. Greg Lippmann simply assumed that the force-of his argument had won them over — until it didn't. He never understood why AIG FP changed its mind but left itself so exposed. It sold no more credit default swaps to “Wall. Street but did nothing to offset the 50 billion dollars' worth that it had already sold”.

Even that, Lippmann thought, might cause the market to crash. If AIG FP refused to take the long side of the trade, he thought, no one would, and the subprime mortgage market would shut down. But — and here was the start of a great mystery — the market didn't so much as blink. Wall Street firms found new buyers of triple-A-rated subprime CDOs — new places to stuff the riskiest triple-B tranches of subprime mortgage bonds—though who these people were was not entirely clear for some time, even to Greg Lippmann.

The subprime mortgage machine roared on. The loans that were being made to actual human beings only grew crappier, but, bizarrely, the price of insuring them — the price of buying credit default swaps — fell. By April 2006 Lippmann's superiors at Deutsche Bank were asking him to defend his quixotic gamble. They wanted him to make money just by sitting in the middle of this new market, the way Goldman Sachs did, crossing buyers and sellers. They reached an agreement: Lippmann could keep 8 his expensive short position as long as he could prove that, if he had to sell it, there'd be some other investor willing to take it off his hands on short notice. That is, he needed to foster a more active market in credit default swaps; if he wanted to keep his bet he had to find others to join him in it.

By the summer of 2006 Greg Lippmann had a new metaphor in his head: a tug of war. The entire subprime mortgage lending machine — including his own employer, Deutsche Bank — pulled on one end of the rope, while he, dreg Lippmann, hauled buck on the other. He needed others to join him. They'd all pull together. His teammates would pay him a fee for being on his side, but they'd get rich, too.

1. **Ознакомительное чтение оригинального текста по специальности. Объем 1800-2000 печатных знаков. Время подготовки – 10 минут. Форма проверки – передача содержания текста на русском языке.**

GLOBAL CORPORATIONS IN THE EVOLVING INTERNATIONAL ECONOMIC RIDER

Four major trends will undoubtedly affect the role and future of global corporations in the evolving international economic order. The first is the trend toward symmetry in the relative importance of global corporations based in different parts of the world. Only two decades ago, there was a fear of an American takeover of the world economy, and today there is a fear of a Japanese takeover. Tomorrow, there will no doubt be another region or country that is on the rise. What is clear is that no country or region has a monopoly on drive, creativity, and energy for commercial effort. Today, there are major new global companies emerging in the lower, lower middle, and upper middle-income countries, and for the first time, countries at these stages of development appear to have excellent prospects as major developing markets.

A second trend that is clearly observable is the emergence of an. increasingly large number of world-scale industries. Today we are witnessing a shakeout of firms in industries ranging from electronics to automobiles that is analogous to the shakeout that occurred in the national economy of the United States between 1850 and 1950. The farm equipment industry provides an interesting illustrative example of this process. In 1850 there were hundreds of farm equipment manufacturers. Between 1850 and 1950, firms in this industry expanded their operations from local to regional to national scale. In the process of this expansion, many weaker firms were weeded out because of their higher operating costs and lower available operating margins. Since 1950 the shakeout has continued, but the arena has shifted from the national to the world frame. The emergence of world-scale industries is also apparent in more recently established technologies, such as integrated circuits and computers.

1. **Монологическое высказывание на иностранном языке по вопросам, связанным со специальностью и предполагаемой научной работой аспиранта (проводится без подготовки)**

**Билет № 2**

1. **Письменный перевод со словарем оригинального текста по специальности. Объем – 2000-2300 печатных знаков. Время подготовки – 45 минут. Форма проверки – чтение вслух письменного перевода.**

Leadership errors are often coincident with high ambition. Richardson et al. (1994) develop the frog analogy and suggest this is reminiscent of a drowned frog, one which tries too hard to be 'king of the pond' but lacks the necessary resources. In a small company environment this is the entrepreneur who 'knows it all' and either fails to look for advice, fails to take good advice or fails to build a strong team of support managers to help build the business. This entrepreneur fails to appreciate the strengths and potential contributions of others and believes himself - wrongly to be infallible. Ironically this is sometimes the price of success, if a business takes off very quickly and is instantly successful, the entrepreneur will be deluded into feelings of personal brilliance; but the success may be as much dependent on luck as judgment, and the unconscious competency must be understood by honest reflection and questioning.

In a similar vein, large and successful companies sometimes fail to diagnose just why they are successful, so they can build “on very solid foundations”. They again rely on assumptions, which tempt: their strategic leaders to make poor strategic divisions, such as ill-judged acquisitions which fail to deliver the hoped-for synergies and benefits.

Leadership flaws reflect the wrong motivation and the bullfrog, the 'show-oil' for, whom status and power is more important than achievement. The person enjoys being the 'centre of attention' and basking in personal glory from any success the business enjoys. Whilst he or she may well be the main Mason behind the success, the future of the business will inevitably require additional inputs.

Some would-be entrepreneurs begin businesses with the main aim to support a particular lifestyle. Any early profits are invested in large cars and, new houses rather than the business. This approach is even more indictable when the people spend money before the business has even earned it.

The large company parallel is the strategic leader who fails to delegate and build an appropriate organization structure. Although it enjoyed several years of growth, success and prosperity, the mining and trading conglomerate, Lontho, was unable to survive the entrepreneur behind the success, the late Tiny Rowland. For all the years 10 he led Lontho, Rowland maintained a tight hold on all key corporate strategic decisions allowable because he remained the major shareholder.

1. **Ознакомительное чтение оригинального текста по специальности. Объем 1800-2000 печатных знаков. Время подготовки – 10 минут. Форма проверки – передача содержания текста на русском (иностранном) языке.**

**Privacy and puffery**

In 1690, John Locke remade society with a revolutionary claim, which was that just because something may improve people's lives does not give a government the proper authority to do it. Undoubtedly, he said, it is good for people to believe in the true religion (the Church of England, of course); but the magistrate, he added, nonetheless "has no commission, no right," to enforce proper piety. The point he was making is the foundation-stone of toleration in particular and of liberal government in general: that there is a private sphere which governments may not invade, even for the obvious benefit of those affected. A goodly share of today's anti-smoking rhetoric is crafted to fudge this principle, or to drown it out with indignant noise.

To be a problem for somebody, an act need only be problematic. But to be a problem for society — a public concern, as liberalism would define one — it must either harm unconsenting people or entail perils which the practitioner himself cannot reasonably understand and avoid. Moreover, governments cannot regulate even harmful behaviour wantonly, but must settle for the narrowest restrictions that alleviate the harm or protect potential victims. Once government has punished drunken drivers and publicized the hazards of drink, it should not go on to ban alcohol or require distillers to pay for new public hospitals.

To turn smoking into a public-health crusade, then, anti-smokers need to do more than say that smoking is stupid and that fewer people should do it. So, they respond with a string of claims intended to drag smoking into the realm of public authority. None is strong.

To begin with, they note that smoking is a needless and common cause of illness and death. But by itself this proves nothing. People take such risks all the time. Motorcycling is about 16 times more dangerous than driving a car; but a motorcyclist will tell you that the pleasure of wind in the hair and a powerful engine between the thighs is worth the risk. Smoking, which can both soothe and stimulate, entails just the same sort of risk-for-pleasure trade.

1. **Монологическое высказывание на иностранном языке по вопросам, связанным со специальностью и предполагаемой научной работой аспиранта (беседа проводится без подготовки).**

**Билет № 3**

1. **Чтение и перевод со словарем оригинального текста по специальности. Объем – 2000-2300 печатных знаков. Время подготовки – 45 минут. Форма проверки – чтение вслух письменного перевода.**

NEWPORT BEACH, California, is not a bad place to contemplate the future of the world economy. Its information office promises nine miles of pristine sand, fine dining for devoted epicureans and an atmosphere of laid-back sophistication. Yet students of economic turmoil will find their subject matter conveniently close to hand. California's unemployment rate has doubled to 12.2% since the start of 2008. Saddled with the worst credit rating in the country, the "Golden State" is cutting spending on schools, prisons and health care for the elderly, as well as closing parks and laying off staff for three days a month. It will pay its workers a day late at the end of the fiscal year so that the expense will show up in next year's budget. Financial shenanigans are not the sole province of the banking industry.

Newport Beach is also the home of Pimco, the biggest bond manager in the world, which handles $840 billion on behalf of pension funds, universities and other clients. In May the company held its annual "Secular Forum", in which it tries to peer five years into the economic future. After two days of rumination, Pimco's sophisticates concluded that the financial markets may well "revert to mean", which is a statistician's way of saying that what comes down must go up. But the next five years will not resemble the five preceding the crisis. Not every change wrought by the financial breakdown will be reversed. The world economy is fitfully getting back to normal, but it will be a "new normal".

That phrase has caught on, even if people disagree about what it means. In the new normal, as defined by Pimco's CEO, Mohamed El-Erian, growth will be subdued and unemployment will remain high. "The banking system will be a shadow of its former self," and the securitization markets, which buy and sell marketable bundles of debt, will presumably be a shadow of a shadow. Finance will be costlier and investment weak, so the stock of physical capital, on which prosperity depends, will erode.

1. **Ознакомительное чтение оригинального текста по специальности. Объем 1800-2000 печатных знаков. Время подготовки – 10 минут. Форма проверки – передача содержания текста на русском языке.**

Strategic groups can generally be ranked in a rough hierarchical order built on two dimensions: price and performance. Each jump in price tends to bring a corresponding jump in some dimension of performance. Most companies focus on improving their competitive position within a strategic group. Mercedes, BMW, and Jaguar, for example, focus on outcompeting one another in the luxury car segment as economy car makers’ focus on excelling over one an¬other in their strategic 12 group. Neither strategic group, however, pays much heed to what the other is doing because from a supply point of view they do not seem to be competing.

The key to creating a blue ocean across existing strategic groups is to break out of this narrow tunnel vision by understanding which factors determine customers decisions to trade up or down from one group to another. Consider Curves, the Texas-based women's fitness company. Since franchising began in 1995, Curves has grown like wildfire, acquiring more than two million members in more than six thousand locations, with total revenues exceeding the $1 billion mark. A new Curves opens, on average, every four hours somewhere in the world.

What's more, this growth was triggered almost entirely through word of mouth and buddy referrals. Yet, at its inception, Curves was seen as entering an oversaturated market, gearing its offering to customers who would not want it, and making its offering significantly blander than the competition's. In reality, however, Curves exploded demand in the U.S. fitness industry, unlocking a huge untapped market, a veritable blue ocean of women struggling and failing to keep in shape through sound fitness. Curves built on the decisive advantages of two strategic groups in the U.S. fitness industry — traditional health clubs and home exercise programs and eliminated or reduced everything else.

At the one extreme, the U.S. fitness industry is awash with traditional health clubs that catered to both men and women, offering a full range of exercise and sporting options, usually in upscale urban locations.

**3. Монологическое высказывание на иностранном языке по вопросам, связанным со специальностью и предполагаемой научной работой аспиранта (беседа проводится без подготовки).**

**5.2. ПРИМЕРЫ БИЛЕТОВ ПРИ ПРИЕМЕ ЭКЗАМЕНОВ В ДИСТАНЦИОННОМ РЕЖИМЕ**

**5.2.1. АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК**

**Билет № 1**

1. **Ознакомительное чтение оригинального текста и передача основного содержания на английском языке. Объем 1800-2000 печатных знаков. Время подготовки 10 минут**

UNLIKE the Japanese, Americans prefer to use plastic for their purchases. Cards account for more than half of all transactions, up from 29% a decade ago, according to Nilson Report, a trade publication. More than 1.5 billion credit cards are stuffed into Americans' wallets. The average household has more than ten.

The infrastructure for mobile-phone payments in America is starting to take shape. The market for pre-paid cards already exceeds $180 billion and includes telecoms cards, pre-paid cards issued by Visa, MasterCard, American Express and Discover, and gift cards issued by retailers like Gap or Starbucks. Cards are also issued for health-care and government benefits.

Banks and credit-card firms hope to convert more cash and cheque payments to plastic with new smart cards. Some versions are already very successful. Many Americans use EasyPass, in which drivers pay for highway tolls wirelessly. They are later billed on their credit cards. SpeedPass, a contactless keychain issued by Exxon Mobil, can be used at petrol stations.

Yet compared with the overall market, the new payment systems are still small. John Suchanec, of Bank of America, says that whereas debit and credit cards are accepted at 6m locations in America today, only 1m sites accept contactless cards. The same systems for contactless cards can be used for mobile phones. Lower fees for shops could speed up adoption, along with the installation by merchants of more readers to take payments. Again, the less well-off countries are sometimes the origin of cheaper ways to use the technology. Instead of making a big investment in having lots of electronic NFC ticket-checking devices at the 30 entrances and exits of stations, Croatia has found that tickets can be bought by and delivered directly to a mobile phone. When the inspector calls, the ticket can be displayed on the screen.

**2. Ознакомительное чтение статьи на русском языке по общеэкономической, общественной и деловой тематике и развернутые ответы на три вопроса на английском языке по содержанию статьи. Объем 2500 - 3000 знаков. Время подготовки 10 минут**

1. What is the role of competition in market economy?

2. What aspects of competitiveness does Boston Consulting Group Matrix analyze?

3. According to Michael Porter, what are the key factors defining competitive advantage?

Методы оценки конкурентоспособности предприятия Конкуренция является важным фактором развития рыночной экономики. Она влияет на увеличение или уменьшения спроса и предложения на рынке товаров и услуг. Для каждого предприятия важно быть востребованным на рынке, с целью получения максимальной прибыли, что напрямую зависит от конкурентоспособности предприятии и умения руководителя анализировать сложившуюся ситуацию и принимать верные, своевременные решения.

Как правило, для более точного изучения готовности фирмы к борьбе за потребителя используют многочисленные методики определения конкурентоспособности. Самыми распространенными из них являются: SWOT-анализ, матричная оценка, метод рейтинговой оценки, анализ сравнительных преимуществ.

В основу матричной оценки положен анализ конкурентоспособности с учетом жизненного цикла продукции. Наиболее известной является матрица БКГ (Бостонская консалтинговая группа). Сущность оценки состоит в анализе матрицы, построенной по принципу системы координат: по вертикали – относительная доля предприятия на рынке; по горизонтали – темпы роста (сокращения) объема продаж. Пользуясь данным методом, можно оценить позиции конкурентов, а также выработать собственную стратегию поведения на рынке. Самыми конкурентоспособными предприятиями являются те, которые занимают значительную долю на быстрорастущем рынке.

Анализ сравнительных преимуществ – один из самых простых методов оценки конкурентоспособности фирмы. Так как производство и реализация предпочтительнее в том случае, если издержки производства ниже, чем у 31 ближайших конкурентов, то в качестве основного критерия, используемого в данном методе, являются низкие издержки.

Так, в своей теории конкурентных преимуществ М.Портер рассматривает два важных аспекта: маркетинг и издержки. Преимущества в сфере маркетинга обусловлены превосходством товаров или услуг одной фирмы перед другой, которое заключается в большей степени удовлетворенности потребителя. Преимущества, выраженные в издержках, возникают при меньших производственных затратах, чем у фирмы-конкурента, что позволяет компании неизрасходованные средства направить на рекламу и распределение.

Кроме того, высокая конкурентоспособность может быть обусловлена доступом к качественному дешевому сырью, освоением передовых технологий, скоростью адаптации к изменениям, уникальностью и новизной продукции, удовлетворенностью потребителя в товаре и желанием приобрести его снова. Все эти условия называются факторами конкурентного преимущества. Они могут быть как внешними, так и внутренними и устанавливаться как на кратковременную, так и на долгосрочную перспективу. Данные факторы являются своеобразными индикаторами, по которым можно определить настоящее положение фирмы, ее сильные и слабые стороны, а также дать прогноз на будущее.

Стабильного увеличения конкурентоспособности предприятие может добиться только в том случае, если все факторы конкурентного преимущества будут учтены и долгосрочно, постоянно и поступательно совершенствоваться. Таким образом предприятие сможет сохранять и преумножать свою конкурентоспособность и быть выносливым к влиянию внешних и внутренних факторов.

1. **Беседа с экзаменатором на иностранном языке по вопросам, связанным со специальностью и предполагаемой научной работой поступающего (беседа проводится без подготовки).**

**6. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА**

**6.1. АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК**

**6.1.1. Основная литература**

**1.** Гулова Е.К., Набирухина А.В., Новосадко Н.Б. Сборник текстов для подготовки к кандидатскому экзамену в аспирантуру по английско-му языку. Направление «Экономика» (Э и УК, ЭП и ПМ). – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2013

2. Черенкова Н.И., Ильина Г.А., Нестерова О.А., Суворова М.А. English for Master’s Degree and Postgraduate Studies: Учебное пособие для подготовки к сдаче кандидатского экзамена. – СПб: Изд-во СПбГУЭФ, 2017. – 120 с.

3. Гулова Е.К. Persuasive techniques in English: Учебное пособие. – СПб: Издво СПбГЭУ, 2015. – 91 с.

6.1.2. Дополнительная литература

1. Баранова О.И., Ларионова Г.С., Архарова Д.А. Сборник текстов и упражнений по английскому языку для аспирантов. Пособие по подготовке к сдаче кандидатского экзамена. - СПб: Изд-во СПбГУЭФ, 2017. – 100 с.

2. Бахвалова М.Е., Панкова И.В. The European Union. Facts and Concepts/ Учебное пособие для студентов старших курсов, студентов магистратуры и аспирантов. –СПб: Изд-во СПбГУЭФ, 2011. – 195 с. – elibrary.finec.ru

3. English-Russian Business Dictionary: Англо-русский словарь-справочник делового английского языка: Учебное пособие/ Под редак-цией Н.И. Чернковой. – Спб: Изд-во СПбГУЭФ, 2011. – 247 с.

4. Promoting Foreign Investment in Tourism/ UN conf. on trade and development. – New York; Geneva: United Nations, 2010. – X, 63 p.: tab. – Investment advisory series. Series A; N5 44

5. А.В. Набирухина. Intercultural Communication in Business: Учебное пособие. – СПб: Изд-во СПбГЭУ, 2015. – 106 с.

6. Сборник текстов для подготовки к вступительному экзамену в аспирантуру по английскому языку. Составители: Е.К. Гулова, Н.Б. Коробова, И.Д. Кузьмина. – СПб: Изд-во СПбГЭУ, 2015. – 45 с.