

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

*Институт подготовки и аттестации  
научно-педагогических кадров*

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по научной работе СПбГЭУ  
д.э.н., профессор  
Е.А. Горбашко



**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ  
ПО ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ**

**Уровень высшего образования:**

подготовка научных и научно-педагогических кадров в аспирантуре

**Группа научных специальностей:**

5.1. ПРАВО

5.2. ЭКОНОМИКА

5.4. СОЦИОЛОГИЯ

Санкт-Петербург

2026

### Составители программы:

№	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность
1.	Баранова Ольга Игоревна	к.филол.н., доцент	Доцент кафедры английского языка № 1
2.	Суворова Мария Афанасьевна	к.пед.н., доцент	Доцент кафедры английского языка № 2
3.	Фрейдсон Ольга Александровна	к.филол.н., доцент	Доцент кафедры романо-германской филологии и перевода
4.	Тимралиева Юлия Геннадьевна	д.филол.н., доцент	Заведующий кафедрой романо-германской филологии и перевода
5.	Евменова Татьяна Ивановна	д.пед.н., доцент	Профессор кафедры общественных наук
6.	Пруцких Татьяна Анатольевна	к.филол.н	Заведующего кафедрой восточных языков

## Содержание

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ .....	4
2. ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ ПО ИНОСТРАННОМУ (АНГЛИЙСКОМУ, НЕМЕЦКОМУ, ФРАНЦУЗСКОМУ, КИТАЙСКОМУ) ЯЗЫКУ .....	4
3. ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ ПО РУССКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ .....	5
4. КРИТЕРИИ ВЫСТАВЛЕНИЯ ОЦЕНОК .....	5
5. ПРИМЕРЫ БИЛЕТОВ .....	7
5.1. АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК .....	7
5.2. НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК .....	11
5.3. ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК .....	14
5.4. КИТАЙСКИЙ ЯЗЫК .....	16
5.5. РУССКИЙ ЯЗЫК .....	18
6. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА .....	22
6.1. АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК .....	22
6.2. НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК .....	22
6.3. ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК .....	23
6.4. КИТАЙСКИЙ ЯЗЫК .....	24
6.5. РУССКИЙ ЯЗЫК .....	26

## **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 по иностранному (английскому, немецкому, французскому, китайскому) 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 отвечают положениям программы специализированного вузовского курса русского языка как иностранного, а также 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.

## **2. ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ ПО ИНОСТРАННОМУ (АНГЛИЙСКОМУ, НЕМЕЦКОМУ, ФРАНЦУЗСКОМУ, КИТАЙСКОМУ) ЯЗЫКУ**

Вступительный экзамен включает в себя три задания:

- Перевод со словарем на русский язык оригинального текста по специальности. Объем 1000 - 1100 печатных знаков. Для китайского языка объем составляет 600-650 печатных знаков. Время подготовки – 20 минут. Форма проверки – устный перевод с листа.

**Для выполнения первого задания Вам потребуется Ваш словарь.**

- 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.

### **3. ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ ПО РУССКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ**

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

- Чтение со словарем научного текста, посвященного актуальным проблемам экономики, управления (3000-5000 знаков) и краткий пересказ прочитанного текста. Время подготовки – 30 минут. Форма контроля – устный пересказ.
- Ознакомительное чтение (без словаря) текста, посвященного научным интересам поступающего: 1500-2000 знаков. Время подготовки – 10 минут. Форма контроля – монолог по содержанию статьи.
- Беседа на общеполитические и связанные с научными интересами поступающего темы. Без подготовки. Форма контроля – собеседование.

#### **Примерный перечень тем для беседы:**

1. Сотрудничество России и моей страны в различных сферах.
2. Россия в моей жизни.
3. Финансовая система моей страны.
4. Мир в начале XXI века.
5. Проблемы молодой семьи в моей стране.
6. Искусство и его роль в жизни человека.
7. Роль ученого-экономиста в обществе.
8. Какой, на мой взгляд, должно быть современная система высшего образования.
9. Экологические проблемы в современном мире.
10. Шедевры русской литературы.
11. Почему вы решили поступать в аспирантуру.
12. Специальность аспиранта: перспективы, роль в современном мире.

Время подготовки к экзамену – 60 минут.

### **4. КРИТЕРИИ ВЫСТАВЛЕНИЯ ОЦЕНОК**

Результаты экзамена оцениваются по **пятибалльной системе**.

Экзаменационные требования к уровню владения языковыми компетенциями

Поступающий в аспирантуру должен владеть орфографической, орфоэпической, лексической и грамматической нормами изучаемого языка и правильно использовать их во всех видах речевой коммуникации.

Объектами контроля на экзамене являются следующие языковые компетенции:

**Говорение** предполагает владение подготовленной и неподготовленной монологической и диалогической речью в ситуациях делового и профессионального общения. Оценивается содержательность, адекватная реализация коммуникативного намерения, логичность, связность, нормативность и структурная завершенность высказывания.

**Чтение** предполагает владение навыками умения чтения оригинальной литературы с профессионально ориентированным содержанием. Оценивается владение различными видами чтения с различной степенью полноты и точности понимания: просмотровым, ознакомительным и изучающим.

**Изучающее чтение** предполагает полное и точное понимание содержания текста. Оценивается умение максимально точно и адекватно извлекать основную информацию, содержащуюся в тексте, проводить обобщение и анализ основных положений научного текста для последующего перевода на русский язык.

**Ознакомительное чтение** предполагает умение проследить развитие темы и понимание не менее 70% основной информации. Оценивается резюме прочитанного текста: объем, полнота и правильность извлеченной информации; логичность изложения текстового материала.

**Перевод** предполагает полное и точное понимание содержания текста. Оцениваются следующие параметры: общая адекватность перевода (отсутствие смысловых искажений); соответствие контекстуальных замен и переводческих трансформаций научному тексту-источнику.

Оценка знаний поступающего в аспирантуру производится по пятибалльной шкале.

Оценка **«отлично»** выставляется, если текст переведен/понят целиком, с точки зрения грамматики и терминологии перевод/пересказ соответствует оригинальному тексту, даны исчерпывающие ответы на все вопросы с соблюдением грамматических правил и продемонстрировано знание терминологии, отсутствуют фонетические ошибки.

Оценка **«хорошо»** выставляется, если переведено/понято не менее 80% текста, допускаются незначительные неточности в переводе с точки зрения грамматики, терминологии и стилистики, не меняющие смысл оригинального текста, даны краткие ответы на вопросы, имеются незначительные фонетические и грамматические ошибки.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если переведено не менее 75% текста, допущены неточности в переводе с точки зрения грамматики, терминологии и стилистики, незначительно искажающие смысл оригинального текста, не на все вопросы даны адекватные ответы, были допущены фонетические и грамматические ошибки.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если переведено/понято 50% текста или менее, и / или допущены грамматические и терминологические ошибки, искажающие смысл оригинального текста, на вопросы даны ответы, демонстрирующие отсутствие грамматических и терминологических знаний и навыков.

## **5. ПРИМЕРЫ БИЛЕТОВ**

### **5.1. АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК**

#### **Билет № 1 Экономика**

- 1. Перевод со словарем на русский язык оригинального текста по специальности. Объем 1000-1100 печатных знаков. Время подготовки – 20 минут. Форма проверки – устный перевод с листа.**

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.

- 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 предприятия 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 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.

### **3. Беседа с экзаменатором на иностранном языке по вопросам, связанным со специальностью и научной работой. Ответ без подготовки.**

#### **Билет №1. Право**

##### **1. Перевод со словарем на русский язык оригинального текста по специальности. Объем 1000-1100 печатных знаков. Время подготовки – 20 минут. Форма проверки – устный перевод с листа.**

"Government" is a very broad term. It includes the federal government and its multitude of departments and agencies whose administrators are appointed by the president with approval of the Senate. The diagram in Figure 4-2 gives a reminder of the broad scope of the federal government in the United States.

There are, of course, fifty state governments in the United States and thousands of county and local governments. In addition, there are many authorities that are government initiated and controlled (to a degree), such as the Port Authority of New York and New Jersey that operates many of the bridges and tunnels in the metropolitan New York City area. Every sport has its rules and uses referees,

judges, and umpires to enforce them. The same holds true in the world of commerce but in a far more complicated way. There is the obvious police and fire protection provided to businesses by 8 government on all levels, as well as protection against credit defaults or failure to carry out contracted obligations. There are many laws and agencies that protect the public and the business community against takeover of the market for a particular product or service by one supplier. This legislation against monopoly, as it is called, has evolved to provide a much greater range and degree of protection than the first law in this area, which was enacted more than ninety years ago.

**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. Время подготовки 10 минут.**

1. Why is Russian manner of business talk is often perceived as unfriendly?
2. Which nation has a very negative attitude to criticism according to the article? Why?
3. Where is business based on personal contacts and connections?

### **Ритуалы и личное пространство.**

«Small talk» очень важен, особенно для американцев и европейцев. Россияне часто относятся к «этой болтовне ни о чем» как к потере времени, хотя зарубежные партнеры ожидают, что во время разговора о посторонних вещах

между потенциальными партнерами появится взаимопонимание. Русским же

не терпится перейти к делу. А завершив сделку, они сразу исчезают. Такое поведение воспринимается как недружелюбное», — рассказывает Александр

Антонов. Датчане не любят формальностей, называют друг друга по имени, даже если встречаются впервые. «Но у датчан есть понятие «своих» и «чужих», и если тебя приняли с первого раза, то ты «свой», и тебе готовы доверить тайны, ты сразу вхож в близкий круг», — рассказывает детская писательница Анна Рихтер, живущая в Дании. «У французов одна из главных

норм общества — приветливость, — рассказывает режиссер Евдокия Москвина, — любое выражение недовольства может быть расценено как грубость или даже какие-то психологические проблемы. А еще французы

очень неохотно критикуют. Даже самую неудачную работу найдут, за что похвалить, а критика тут считается делом слишком интимным, посторонний человек не имеет на нее права». Как и французы, израильтяне не будут проводить переговоры в пятницу вечером и в субботу, но отнюдь не из приверженности к гедонизму, а по религиозным соображениям. А вот на воскресенье можете смело назначать бизнес-обед. В Израиле это рабочий день. Приглашения на семейный обед или ужин в США или Европе могут быть удостоены только очень значимые партнеры, но не удивляйтесь, если ваш будущий бизнес-партнер из Южной Америки на первой же встрече пригласит вас в гости — обязательно идите, возможно, именно там и состоится сделка. В этой части света новые контракты стараются заключать с друзьями и людьми своего круга. На личных и семейных связях строится бизнес и во многих странах Ближнего Востока. «В этом регионе опыт долгосрочных отношений с бизнес-партнерами в бэкграунде вашей компании может стать весомым аргументом «за» сотрудничество с вами», — отмечает Андрей Спиридонов. В Италии личные отношения даже могут сыграть большую роль, чем потенциальная прибыль. А в Великобритании — напротив, привыкли сдерживать эмоции и не переносят фамильярности. Америка и Европа толерантны к религиозным различиям, а вот если вы оказались в одной из мусульманских стран Ближнего Востока, то придется соблюдать все местные религиозные правила.

**3. Беседа с экзаменатором на иностранном языке по вопросам, связанным со специальностью и научной работой. Ответ без подготовки**

## **5.2. НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК**

### **Билет № 1**

**1. Перевод со словарем оригинального текста по специальности. Время подготовки – 20 минут. Форма проверки – перевод с листа (объем знаков 1000-1100).**

*Unternehmensführung* bezeichnet in der Betriebswirtschaft zweierlei: zum einen den Personenkreis, der ein Unternehmen leitet (Synonym: 'Unternehmensleitung' oder Management); zum anderen den Prozess des 'Führens eines Unternehmens' (eine Substantivierung des Verbs 'führen'). 'Unternehmensführung' kann institutionell, funktional und prozessual interpretiert werden.

Führung kann man definieren als die direkte und indirekte Verhaltensbeeinflussung zur Realisierung von Zielen, die sich aus übergeordneten Zielen einer Organisation, des Unternehmens und den Erwartungen der Stakeholder ableiten. Die direkte Einflussnahme erfolgt durch die persönliche Beziehung von Führungspersonen und Geführten; Strukturen wie zum Beispiel Anreiz-, Planungs- und Kennzahlensysteme können einen indirekten Einfluss auf das Verhalten ausüben.

Zu den typischen Hauptführungsaufgaben des Managements gehören:

- die strategische Unternehmensplanung, Festlegung der langfristigen Rahmenkonzeption für die strategischen Geschäftsfelder;
- die Konzeption, Einführung und Pflege wesentlicher leistungsfähiger Systemstrukturen,  
z. B. Planungssystem, Kontrollsystem, Organisationssystem.

**2.Ознакомительное чтение статьи на русском языке по общеэкономической, общественной и деловой тематике и развернутые ответы на три вопроса на немецком языке по содержанию статьи. Время подготовки 10 минут.**

1. Worin bestehen die wichtigsten Funktionen der Werbung?
2. Welche Arten der Werbung werden unterschieden?
3. Welche Vorteile hat die Internet-Werbung?

### **Виды и функции рекламы**

Слово «реклама» происходит от латинских глаголов «reclama» (выкрикивать) и «reclamare» (откликаться, требовать), претерпевших на протяжении многих веков значительные смысловые изменения. В современной экономике реклама – это определенный вид маркетинговой деятельности, который направлен на распространение заведомо оплаченной информации для привлечения потребителей и увеличения объемов продаж.

Реклама выполняет следующие основные функции: создаёт осведомлённость о товарах и брендах, формирует имидж бренда, убеждает потенциальных покупателей в приобретении товаров, создаёт стимулы к совершению действий, обеспечивает напоминание о необходимости приобретения товаров, подкрепляет прошлый опыт покупок. Реклама ориентирована на увеличение спроса на рекламируемый товар и удержание позиций на рынке товаров и услуг, а также поиск новых каналов для реализации продукции.

Она распространяет информацию среди потребителей о хорошем качестве продукта и тем самым создает и поддерживает соответствующий имидж компании на рынке.

В зависимости от первоначальной цели реклама подразделяется на коммерческую, политическую и социальную. Коммерческая или экономическая реклама окружает нас повсеместно. Ее распространяют, доносят до потенциальных клиентов с целью последующего приобретения.

Например, вам на глаза попало объявление медицинской клиники. Такая реклама побуждает вас посетить этот центр, воспользоваться услугами специалистов и впоследствии оплатить консультацию врачей.

Ярким представителем политической рекламы является предвыборная агитация населения. В таких рекламных роликах не заставляют что-то покупать, но призывают совершить определенное действие, то есть проголосовать за определенного кандидата в депутаты, партию и т.д. Социальная реклама направлена на достижение каких-либо важных общественных или благотворительных целей. Например, реклама, где наглядно информируют о вреде сигарет или спиртных напитков призвана уберечь граждан от пагубных привычек.

В зависимости от способа и места размещения реклама подразделяется на следующие виды:

- Наружная реклама
- Реклама в средствах массовой информации (СМИ)
- Реклама в интернете
- Печатная реклама
- Прямая реклама
- Реклама на сувенирной продукции
- Реклама в транспорте
- Скрытая реклама

В последние годы особо востребована интернет-реклама – представление товаров, услуг или предприятия в сети Интернет, адресованное массовому клиенту и имеющее характер убеждения. Одним из преимуществ рекламы в Интернете является возможность отслеживания рекламодателем реакции и действий пользователя сети Интернет, в результате чего он может быстро вносить изменения в действующую рекламную кампанию.

**3.Беседа с экзаменатором на иностранном языке по вопросам, связанным со специальностью и научной работой. Ответ без подготовки.**

### **5.3. ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК**

#### **Билет № 1**

**1. Перевод со словарем оригинального текста по специальности. Время подготовки – 20 минут. Форма проверки – перевод с листа (объем знаков 1000-1100).**

Le droit commercial, c'est le droit des commerçants et des actes de commerce. Il comprend l'ensemble des règles qui organisent l'activité commerciale professionnelle, entendue dans un sens large. Il s'applique donc à la fois au commerce, à l'industrie et aux activités financières, exception faite, toutefois, des activités extractives et artisanales.

Le droit commercial règle principalement les deux grands volets de l'activité commerciale, à savoir les structures fondamentales et le régime de leur fonctionnement pratique. Pour les structures fondamentales de l'activité commerciale, le droit commercial définit les règles de l'organisation générale de profession commerciale : compétence des organismes étatiques et corporatifs qui interviennent dans l'activité professionnelle, notamment ; il précise les institutions juridiques de base caractéristiques de l'activité commerciale : statut général du commerçant, notion juridique du fonds de commerce, organisation de l'entreprise commerciale, organisation des groupements et réseaux d'entreprises ; il expose les techniques essentielles qui servent d'outils à l'activité commerciale : réglementation des actes de commerce, régime général des baux commerciaux, notion de la propriété commerciale, etc.

**2. Ознакомительное чтение статьи на русском языке по общеэкономической, общественной и деловой тематике и развернутые ответы на три вопроса на французском языке по содержанию статьи. Время подготовки 10 минут.**

1. Quel rôle jouaient les capitaux français dans l'économie russe au XIX siècle?
2. Les relations diplomatiques existaient-elles entre la France et l'URSS?
3. Quel était le rôle de la visite du Président Charles de Gaulle à Moscou?

До конца 80-х гг. XIX в. между Францией и Россией существовали незначительные экономические связи, Россия представлялась французам далекой и непонятной. Но уже в 1890-е гг. французский капитал доминировал в иностранных вложениях в хозяйство России.

Крупномасштабное железнодорожное строительство в России в конце XIX в. способствовало развитию промышленного производства. Иностранный капитал активно участвовал в развитии железнодорожного строительства и промышленности: в российской промышленности на 1 января 1901 г. функционировало 209 иностранных компаний, акционерный капитал которых составлял 417 млн руб. Французские компании, как по их количеству, так и по сумме акционерного капитала занимали 2-е место после бельгийских. Акционерный капитал 43 французских компаний составлял 110 млн руб. (более  $\frac{1}{4}$  совокупного акционерного капитала иностранных компаний). Они осуществляли инвестиции, в основном, в каменноугольную промышленность, добычу и переработку нефти, металлургию, машиностроение и производство цемента. Так, например, в 1900 г. 9 из 16 угледобывающих компаний Донбасса контролировались французами.

Французские банки, до 90-х гг. XIX в. не проявлявшие интереса к российской промышленности, по мере усиления своих связей с французскими промышленными группами стали активнее участвовать в финансировании создаваемых ими российских филиалов. К середине 90-х гг. XIX в. роль движущей силы прямых французских инвестиций в России явно перешла от промышленных групп к банкам. Среди них главными фигурами были банкирский дом Ротшильдов, банки «Société générale» (горнометаллургическая промышленность Юга России) и «Banque de Paris et de Pays-Bas» (участие в учреждении горнодобывающих, металлургических, металлообрабатывающих, машиностроительных предприятий, расположенных в основном в центре России и в бассейне реки Волги).

По некоторым оценкам, к 1913 г. французские капиталы составляли 31% всех иностранных капиталовложений в российской промышленности (24% принадлежало английским и 19% — немецким компаниям). Французские банки лидировали среди иностранных инвесторов банковской системы России: на их долю приходилось 22% общего капитала российских банков. В целом, к 1913 г. на Россию приходилось почти  $\frac{1}{4}$  всех заграничных помещений (займовых или вложенных в нее капиталов) французских капиталов (около 12 млрд фр.).

Однако с 1918 г. экономические связи между Францией и Россией резко сократились. Дипломатические отношения между СССР и Францией были установлены в 1924 г. Но до середины 60-х гг. XX в. между странами существовали исключительно торговые связи.

После визита в СССР в 1966 г. президента Франции де Голля началось развитие системы двусторонних соглашений о сотрудничестве в различных областях, в том числе в экономике, науке и технике.

Первое межправительственное соглашение о научно-техническом и экономическом сотрудничестве было подписано в 1966 г. В этот период были созданы специальные органы для обсуждения практических вопросов выполнения существующих соглашений о сотрудничестве, мониторинга за их выполнением и рассмотрения перспектив развития сотрудничества. Кроме того, была учреждена франко-советская торговая палата в Париже, открыто ее представительство в Москве.

Развивалось научно-техническое сотрудничество двух стран по ряду направлений, особенно в области исследования космического пространства, в атомной энергетике, медицине, нефтяной, газовой, химической промышленности, в области транспорта и связи. В рамках сотрудничества были налажены связи более чем с 300 научно-исследовательскими организациями и промышленными компаниями Франции.

**3. Беседа с экзаменатором на иностранном языке по вопросам, связанным со специальностью и научной работой. Ответ без подготовки.**

## **5.4. КИТАЙСКИЙ ЯЗЫК**

### **Билет № 1**

**1. Перевод со словарем на русский язык оригинального текста по специальности. Объем 600-650 печатных знаков. Время подготовки – 20 минут. Форма проверки – чтение части текста вслух и проверка перевода с листа.**

- “以节兴商”，促进消费持续恢复（段）
- 2022 年 09 月 03 日 05:18 | 来源：人民网—人民日报海外版
- **假期消费 逐渐复苏**
- 月饼消费更趋绿色环保。中消协近日发布中秋消费表示，目前正开展大规模的社会 监督工作，督促经营者严格遵守相关规定，进行节约适度、绿色低碳、文明健康的包装设计，着重在月饼的色、香、味等品质上多下功夫。
- 旅游消费更新潮多样。中秋集市、汉服游园、花灯船宴……中秋小长假期间，国内 多个目的地及景区将推出多种体验类活动，为游客的文化旅游提供了多种消费选择。携程发布的《2022 年中秋及秋游预测数据报告》显示，截至目前，中秋假期订单对比端午 同期增长 137%，其中机票、火车票订单量分别增长近 2 倍、5 倍。其中，跟团游、主题游复苏显著，涨幅分别达到 453%和 525%。
- **特色活动 丰富多彩**



- 近期，不少地方都在加码夜间经济、暑期经济等，通过发放消费券、开展丰富活动 促进消费回暖。束珏婷说，为促进消费持续恢复和升级，商务部会同各地方、各相关部门研究出台一系列促消费政策举措，在落实疫情防控要求的前提下，组织开展了形式多样的消费促进活动。
- 目前，商务部主办的“2022 国际消费季”活动正在进行当中。“自 7 月下旬活动启动以来，我们成功举办了第二届中国国际消费品博览会和首届国际消费中心城市论坛，开展了‘中华美食荟’‘百城联动汽车消费季’‘家电消费季’等重点配套活动。”

• （责编：赵欣悦、白宇）

## **2. Ознакомительное чтение статьи на русском языке по общеэкономической, общественной и деловой тематике и развернутые ответы на три вопроса на китайском языке по содержанию статьи (устно). Время подготовки 10 минут.**

- 1 创新技术在现代经济情况下起什么样的作用？
- 2 竞争力在经济方面有什么意思？
- 3.请介绍一下现在在俄罗斯有哪些常用的创新技术？创新技术和竞争力。

### **Конкуренция и инновации**

Опыт развитых стран свидетельствует о том, что коренные преобразования в области производительных сил в эпоху НТР, широкое внедрение нововведений стали нормой современной экономической жизни. И если инновационный подход играет возрастающую роль в развитых странах, то в современной России, в условиях перехода к рыночной экономике и необходимости выхода из кризиса эта роль особенно велика.

Воздействие на инновационную деятельность в экономической системе является результатом взаимодействия совокупности экономических законов. Наиболее открыто это взаимодействие проявляется в механизме конкуренции. Конкуренция всегда есть неперенный атрибут рыночных отношений, или индикатор развития рынка.

Конкуренция характеризуется как особый экономический закон рынка, действие которого обеспечивает единство и противоположность интересов субъектов рынка. Этот закон выступает как форма проявления закона естественно-экономического отбора. Разрешение противоположных интересов производителей в конкурентной борьбе на рынке выступает внутренней движущей силой развития рыночного хозяйства.

В условиях рыночной экономики и конкуренции никто никого не заставляет совершенствовать производство, повышать качество продукции, кроме угрозы банкротства. Именно на основе нововведений удастся использовать современную технологию и организацию производства, повышать качество продукции, обеспечивать успех и эффективность деятельности предприятия.

Решение этих задач требует новаторского, предпринимательского подхода, сутью которого являются поиск и реализация инноваций.

В самом деле, конкуренция лишь создает ситуацию необходимости поиска конкурентных преимуществ фирмы и конкурентоспособности товара. Конкуренция побуждает совершенствовать весь процесс от производства до потребления. А сами конкурентные преимущества обеспечиваются на основе реализации тех или иных инноваций, т.е. через предпринимательство, так как именно оно является реальным двигателем прогресса.

В силу своей специфики малым предприятиям приходится проявлять большую активность на рынке, используя свою гибкость и способность к быстрой переориентации. Поэтому зачастую именно малые предприятия становятся первооткрывателями новых продуктов и новых технологий в различных отраслях. Следствием чего является укрепление своих позиций в конкурентной борьбе с фирмами, предлагающими аналогичные товары.

Повсюду в мире компании, добившиеся лидерства в международных масштабах, используют стратегии, которые отличаются друг от друга во всех отношениях. Инновации могут проявляться в новом дизайне продукта, в новом процессе производства, в новом подходе к маркетингу или в новой методике повышения квалификации работников. В своем большинстве инновации оказываются достаточно простыми и небольшими, основанными скорее на накоплении незначительных улучшений и достижений, чем на едином, крупном технологическом прорыве.

**3. Беседа с экзаменатором на иностранном языке по вопросам, связанным со специальностью и научной работой. Ответ без подготовки.**

## **5.5. РУССКИЙ ЯЗЫК**

### **Билет № 1**

**1. Чтение со словарем научного текста, посвященного актуальным проблемам экономики, управления (3000-5000 знаков) и краткий пересказ. Время подготовки – 30 минут. Форма контроля – устный пересказ.**

**«Мотивация молодых людей к карьере на государственной службе»**

В современной России государственная служба – одно из самых привлекательных мест работы для молодых людей. Каждый пятый россиянин хотел бы работать на государственной службе, а среди молодёжи – каждый третий. Главные мотивы – стабильность, льготы, соцпакет, заработная плата. При этом немногие выразили своё призвание к профессии государственного служащего и желание принести пользу обществу и государству.

Отдельный мотив – желание строить карьеру на государственной службе (42%). Для современного человека карьера – это путь самовыражения и удовлетворения трудом, творческое развитие, взаимодействие процессов внутреннего развития человека и его движения в освоении социального пространства.

Успешная карьера обеспечивает материальное благополучие, удовлетворение потребностей в самореализации, уважении, самоуважении и общественном признании.

В управлении профессиональной карьерой должен быть заинтересован как сотрудник, так и руководство организации. Если сотрудник стремится к карьерному развитию, то карьера становится самым важным элементом в системе его ценностей. *Самотивация – это внутренняя необходимость развиваться, совершенствовать достигнутое.*

Для руководителя карьера – это инструмент управления персоналом, так как она мотивирует персонал на плодотворную деятельность. Если сотрудник не стремится к профессиональному росту и его устраивает должность, то предлагать ему продвижение нецелесообразно.

Цели, интересы в отношении карьерного развития формируют карьерный профиль сотрудника. *Карьерный профиль – это гипотетическая конструкция для описания группы людей, имеющих похожие личностные и профессиональные признаки и цели карьерного развития.*

В теории и практике управления персоналом применяются различные типологии личностей, позволяющие определить, к какому типу карьеры, а также к какой профессии склонен человек. Холанд разработал теорию выбора карьеры и выделил 6 типов личности:

- *реалистический тип* – люди, склонные к карьере, связанной с физическим трудом и требующей навыка, силы, координации (например, спортсмены);
- *интеллектуальный тип* – люди, склонные к карьере, связанной с деятельностью с размышлением, организацией, интерпретацией (например, учёные);
- *артистический тип* – люди, склонные к карьере, которая требует самовыражения, артистического созидания, выражения эмоций и индивидуальности (например, художники);

- *социальный тип* – люди, склонные к карьере, которая подразумевает скорее межличностное, чем интеллектуальное или физическое взаимодействие и ориентирована на помощь другим людям (например, государственные служащие);
- *предпринимательский (инициативный) тип* – люди, склонные к карьере, которая подразумевает вербальную активность, связанную с влиянием на других (например, адвокаты);
- *конвенционный (обыкновенный) тип* – люди, склонные к карьере, обеспечивающей структурированную, регулируемую деятельность (например, бухгалтеры).

По мнению Дж. Холланда, большинство людей имеют несколько ориентаций, чем они более схожи, тем меньше внутренний конфликт, тем легче принимать решение о выборе карьеры.

Э. Шейн создал концепцию «*карьерного якоря*», которая позволяет определить, что является мотивацией для людей в их профессиональной карьере. Э. Шейн выделяет восемь «карьерных якорей». Под словом «якорь» он понимает представление о том, что для человека является важным, учитывая совокупность знаний, навыков, мотивов, ценностей;

- профессиональная компетентность. Сотрудник ощущает призвание к своей профессии и гордится тем, что он – умелый специалист-практик в определённой области;
- руководство. Сотрудник стремится подниматься на всё более высокие уровни организационного контроля и руководства;
- самостоятельность и независимость. Сотрудник не нуждается во внешних структурных рамках кроме оценки, достиг ли он поставленных целей в определённый срок. К работе подходит по-своему, поэтому работать в команде ему сложно;
- безопасность и стабильность. Сотрудник стремится сохранить данное рабочее место в данной организации. Решение проблем, работа в новой роли, новые идеи его не интересуют;
- предпринимательство. Сотрудник стремится к ситуации, в которой он сможет разработать свой план и претворить его в реальность. В команде такие люди работают особенно эффективно;
- служение. Сотрудник стремится быть полезным и помогать людям. Такие люди выбирают такие профессии, как медицина, обучение, консультирование;
- вызов. Сотрудник стремится испытывать себя, решая новые, а порой сложные профессиональные и личностные проблемы;

- интеграция стилей жизни. Сотрудник нацелен на баланс между работой и личной жизнью. Он высоко ценит гибкий график работы.

Для большинства государственных служащих (96%) карьера очень важна, но у 4% государственных служащих отсутствует мотивация к карьере.

Вот какие выводы можно сделать относительно мотивации молодых людей к государственной службе.

**2. Ознакомительное чтение (без словаря) текста, посвященного научным интересами поступающего: 1500-2000 знаков. Время подготовки – 10 минут. Форма контроля – монолог по содержанию статьи.**

### **Таможенный союз и ЕврАзЭС**

Таможенным союзом является соглашение двух и более государств об устранении различных таможенных пошлин для торговли в рамках союза. Кроме того, создание таможенного союза предусматривает также появление и функционирование единой таможенной территории. Как правило, страны, участвующие в таможенном союзе, оговаривают все условия создания межгосударственных органов, которые будут координировать проведение согласованной внешнеторговой политики. В общем, все сводится к форме создания межгосударственной интеграции, которая предполагает создание органов наднационального управления. В таком виде таможенный союз проявляет себя как более скооперированная форма интеграции.

Таможенный союз Белоруссии, Казахстана и России — форма торговоэкономической интеграции этих стран, предусматривающая единую таможенную территорию. В её пределах не применяются таможенные пошлины и ограничения экономического характера, за исключением специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мер. При этом страны-участницы Таможенного союза применяют единые таможенные тарифы и другие меры регулирования при торговле с третьими странами. Участники Таможенного союза получают из России газ и нефть по льготным ценам.

Договор о Евразийском Экономическом союзе означает создание единого экономического пространства для стран СНГ со своей системой финансового регулирования. Новое объединение обеспечит странам Союза поддержку в условиях неблагоприятной внешней экономической среды. Договор создаёт условия для стабильного развития экономики, свободного движения товаров, услуг, капитала и рабочей силы без каких-либо ограничений.

(По материалам официальных сайтов)

**3. Беседа на общеполитические и связанные с научными интересами поступающего темы. Без подготовки. Форма контроля – собеседование.**

## **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. Иностранный язык (английский) «English for Postgraduates» : для аспирантов 1 курса : учебное пособие / К.Н.Антонова, Г.А.Ильина, А.О.Наследова и др. ; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, С.-Петербург. гос. экон. ун-т, Каф. англ. яз. N 2мСанкт-Петербург, 2023
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.fines.ru](http://elibrary.fines.ru)
3. English-Russian Business Dictionary: Англо-русский словарь-справочник делового английского языка: Учебное пособие/ Под редакцией Н.И. Чернковой. – СПб: Изд-во СПбГУЭФ, 2011. – 247 с.
4. А.В. Набирухина. Intercultural Communication in Business: Учебное пособие. – СПб: Изд-во СПбГЭУ, 2015. – 106 с.
5. 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.

### **6.2. НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК**

#### **6.2.1. Основная литература**

1. Ямшанова В.А., Ломоносова А.Л. Сборник грамматических упражнений и текстов экономического содержания на немецком языке: учебное пособие. – СПб: изд-во СПбГУЭиФ, 2010. – 104 с.
2. Ямшанова В. А. Грамматика немецкого языка в алгоритмах. В 3-х частях. – СПб: изд-во СПбГУЭиФ, 2010.

3. Markt: Materialien ans der Presse: Deutsch für den Beruf/Goethe Institut Inter Nationes. München. Регулярное печатное издание.

### **6.2.2. Дополнительная литература**

1. Ямшанова В.А., Мясникова Л.А. Логистика: Учебное пособие на немецком языке. Часть 1. СПб: изд-во СПбГУЭиФ, 1999
2. Ямшанова В.А., Мясникова Л.А. Логистика: Учебное пособие на немецком языке. Часть 2. СПб: изд-во СПбГУЭиФ, 1999
3. Тимралиева Ю.Г. Wertpapiere. Ценные бумаги: Учебное пособие на немецком языке. СПб: изд-во СПбГУЭиФ, 2004
4. Щекина Н.М. Privatkredite: учебно-методическое пособие на немецком языке 2,9 п.л. СПб: Изд-во СПбГУЭФ, 2004
5. Тимралиева Ю.Г. Geldanlage: Учебное пособие на немецком языке. СПб: изд-во СПбГУЭиФ, 2005
6. Щекина Н.М. Firmenkredite: Учебное пособие на немецком языке. 4,5 п.л. СПб: изд-во СПГУЭФ, 2005
7. Ямшанова В.А. "Контракт".(2-ое издание, исправленное и дополненное), 11,6 п.л. Изд. СПбГУЭФ. 2005
8. Ямшанова В.А., Киреева И.Б., Новикова Е.Н."Товарищества. Общества. Часть1. «... Изд. СПГУЭФ, 2005
9. Ямшанова В.А., Киреева И.Б., Новикова Е.Н., Ломоносова А.Л., Гуль Н.В."Товарищества. Общества. Часть 2". 3,25 п.л. Изд. СПГУЭФ, 2006
10. Тимралиева Ю.Г. Rechnungswesen: учебно-методическое пособие на немецком языке. СПб: изд-во СПбГУЭиФ, 2006
11. Палехова О.В., Гуль Н.В.,Кручинина А.А. и др. Многоязычный глоссарий экономических терминов: учебное пособие СПб: изд-во СПбГЭУ, 2012

## **6.3. ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК**

### **6.3.1. Основная литература**

1. Кручинина А.А., Витман Т.Б. Французский язык для аспирантов и соискателей экономических и юридических специальностей. Изд-во СПбГЭУ, 2013.
2. Бок Е.Ю., Кручинина А.А., Фреаль Н. Практикум по чтению французских экономических текстов: для студентов и аспирантов - Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУЭФ, 2001.

3. Витман Т. Б., Кручинина А.А. Практикум по грамматике французского языка для студентов и аспирантов экономических специальностей: Учеб. пособие. - Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУЭФ, 2000.
4. Попова И.Н., Казакова Ж.А. Грамматика французского языка. – М., 2002.
5. Попова И.Н., Казакова Ж.А. Французский язык. – М.: Высш. шк., 2007.
6. Программа и методические указания для подготовки к вступительному и кандидатскому экзаменам по иностранному языку (для аспирантов и соискателей). – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2003.

### **6.3.2. Дополнительная литература.**

1. Витман Т.Б. Методические указания по работе с лексикой французского языка. Средства выражения логических отношений. - Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУЭФ, 2003.
2. Витман Т.Б. Практикум по лексике французского языка. Глагол и глагольные конструкции. - Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУЭФ, 2003
3. Змеева Т.Е., Николаева И.В., Прилепская М. В. Французский язык для экономистов. – М.: Международные отношения, 2016.
4. Маслова Н.Н. Французский язык для юристов. Французский язык для юристов-международников. - М.: ООО Нестор Академик Паблишерз, 2005.
5. Danilo M., Tauzin B. Le français de l'entreprise.- CLE International, 2010.
6. Dictionnaire d'économie et des faits économiques et sociaux contemporains.- Foucher, 1999.
7. Ivanova G.S. Dictionnaire français-russe des affaires. - М.: Издательство «Нестор Академик», 2007.
8. Le français des relations européennes et internationales. - Hachette, 2011.
9. Le français juridique. Hachette, 2011.

## **6.4. КИТАЙСКИЙ ЯЗЫК**

### **6.4.1. Основная литература**

1. Заморин В. Русско-китайский тематический словарь-справочник в области торгово-экономического и военно-технического сотрудничества. Изд-во ВКН, 2016.
2. Кленин И.Д. 3. Щичко В.Ф. Лексикология китайского языка. Изд-во: Восточная литература, 2013.
3. Щичко В.Ф. Китайский язык. Теория и практика перевода. Изд-во: ВКН, 2017.



4. Щичко В.Ф. Китайский язык. Практический курс коммерческого перевода. Изд-во: ВКН, 2017.
5. Фролова М.Г. Китайский язык: Справочник по грамматике, М: Живой язык, 2013
6. Пруцких А.А., Пруцких Т.А., Сизых Е.Ю. Практика китайского языка в сфере экономики и финансов. - Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУ, 2023г.
7. Броневи́ч Т.А. Китайский язык — язык делового общения. - Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУ, 2023г.

#### **6.4.2. Дополнительная литература**

1. Валиева Т.Д. Учебное пособие по практической грамматике современного китайского языка. Изд-во: ВКН, 2016.
2. Булыгина Л.Г. Практический курс китайского языка. М., 2004.
3. Дашевская Г. Я.; Кондрашевский А. Ф. Китайский язык для делового общения. Изд-во: Муравей, 2000.
4. Кондрашевский В.Ф. Современный китайско-русский словарь. М.: Восток-Запад: АСТ, 2008
5. Сизов, С. Ю. Китайско-русский словарь идиом : более 6000 словосочетаний - М. : Восток-Запад : АСТ, 2005.
6. 汉语系列阅读. 北京: 北京语言大学出版社, 20014.
7. 博雅汉语.高级飞翔篇.北京: 北京大学出版社, 2008.
8. 报纸上的天下.阅读教程. 北京: 北京大学出版社, 2010.

## **6.5. РУССКИЙ ЯЗЫК**

### **6.5.1. Основная литература**

1. Борщевская Т.С. Русский язык в профессиональной сфере: особенности научного текста. Изд-во СПбГЭУ, 2019.
2. Евменова Т.И., Макаричева Н.А. Практикум по русскому языку. Изд-во СПбГЭУ, 2022.
3. Матюшкина Е.Н. Менеджмент на уроке русского языка: работа с текстом. Изд-во СПбГЭУ, 2021.
4. Хрипункова О.В. «Деловая коммуникация: Русский язык как иностранный в профессиональной сфере». Изд-во СПбГЭУ, 2023.

### **6.5.2. Дополнительная литература**

1. Петухова Е.Н. Трудные темы русской грамматики: пособие для иностр. учащихся. Изд-во СПбГЭУ, 2016.
2. Позднякова А.А. Бизнес-диалог. Пособие по развитию устной и письменной речи иностранных учащихся. Изд-во ИНФРА-М, 2015.
3. Спинова, Е.А. Бизнес-диалог. Изд-во Магистр-М, 2012.
4. Хрипункова О.В. Иностранный язык (русский язык как иностранный): разговорные темы. Дорогою добра. Изд-во СПбГЭУ, 2020.
5. Эсмантова Т.Л. Русский язык: 5 элементов. Уровень В1. Изд-во Златоуст, СПб, 2016.