

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(СПбГЭУ)

УТВЕРЖДАЮ
Председатель приёмной
комиссии СПбГЭУ, ректор



И.А. Максимцев

Программа вступительного
испытания

**«Иностранный язык»
(немецкий)**

для поступающих на первый курс по результатам вступительных
испытаний, проводимых университетом самостоятельно,
в 2026 году

Санкт-Петербург
2026

Пояснительная записка

Настоящая программа вступительного испытания по общеобразовательному предмету «Иностранный язык» (немецкий) сформирована на основе федеральных государственных образовательных стандартов среднего общего образования. В содержание программы включен материал из всех разделов школьной программы по иностранному языку.

Цель вступительного испытания по иностранному языку: определить соответствие уровня подготовки поступающего по иностранному языку требованиям стандарта для дальнейшего освоения образовательных программ высшего образования.

Описание вида контрольно-измерительных материалов

Вступительное испытание проводится по иностранному языку для поступающих в ФГБОУ ВО «СПбГЭУ», состоит из 40 тестовых вопросов разного уровня сложности по заданным программой темам. Результаты оцениваются по 100-бальной шкале.

Форма вступительного испытания

Вступительное испытание проводится в письменной форме с применением дистанционных технологий, в форме компьютерного тестирования.

Содержание программы вступительного испытания

Тема 1. Грамматика

Раздел 1. Морфология

Имя существительное: артикль (определенный, неопределенный), склонение имён существительных.

Глагол: основные формы глагола, классификация глаголов по типу спряжения (слабые, сильные, смешанные, модальные, неправильные), грамматическая категория лица и числа, глаголы с отделяемыми и неотделяемыми приставками, переходные глаголы, возвратные глаголы, грамматическая категория наклонения (индикатив, императив, конъюнктив), грамматическая категория залога (действительный, страдательный), временные формы глагола (презент, претерит, перфект, плюсквамперфект, футур I); активный залог: три основные формы глагола, образование временных форм глагола; страдательный залог: образование временных форм пассива, результативный пассив; императив: образование форм императива; модальные глаголы: спряжение модальных глаголов, значение модальных глаголов; инфинитив: инфинитивные группы и обороты *um...zu*, *statt...zu*, *ohne...zu*, конструкции *haben...zu... Infinitiv*, *sein...zu... Infinitiv*; конъюнктив; управление глаголов; причастия: образование и значение participia I и II.

Имя прилагательное и наречие: склонение имён прилагательных; степени сравнения прилагательных и наречий, исключения.

Местоимения. Классификация местоимений: личные местоимения, склонение личных местоимений; притяжательные местоимения, склонение притяжательных местоимений; указательные местоимения, склонение указательных местоимений; местоимения *das* и *es*; местоимение *man*.

Предлог: значение предлогов.

Союзы: подчинительные союзы, сочинительные союзы, парные союзы: *weder... noch*; *entweder... oder*; *sowohl ...als auch*; *bald... bald*.

Раздел 2. Синтаксис

Структура предложения: главные члены предложения (подлежащее, сказуемое: простое глагольное, сложное глагольное, составное именное; порядок), второстепенные

члены предложения, порядок слов в повествовательном, вопросительном, побудительном предложениях.

Сложносочиненное предложение: порядок слов в сложносочиненном предложении, союзные слова, влияющие на порядок слов в предложении, употребление в предложении частицы *zu*.

Сложноподчиненные предложения: придаточные дополнительные предложения, придаточные предложения времени: различие употребления союзов *als/wenn*; придаточные предложения причины, условные придаточные предложения, уступительные придаточные предложения, придаточные предложения образа действия с *indem*, придаточные предложения цели с *damit*, относительные придаточные предложения, различие подчинительных союзов и слов других частей речи.

Тема 2. Лексика

Раздел 1. Лексические навыки (значение слов, лексико-грамматическая сочетаемость)

Раздел 2. Многозначность лексических единиц. Синонимы. Антонимы. Стилистическая сочетаемость.

Рекомендованная литература

1. Басова Н. В. Немецкий язык для колледжей = Deutsch für Colleges: учебник / Н. В. Басова, Т. Г. Коноплева. – 21-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2015. – 352 с.

2. Кострова О. А. Deutsch in Leben und Beruf = Немецкий язык в жизни и профессии: учебник немецкого языка для средних профессиональных учебных заведений / О. А. Кострова [и др.]. – М., Берлин: Директ-Медиа, 2020. – 286 с.

3. Лытаева М. А. Немецкий язык: базовый уровень: учебное пособие для образовательных организаций, реализующих образовательные программы среднего профессионального образования / М. А. Лытаева. – М.: Просвещение, 2024. – 240 с.

4. Тагиль И. П. Грамматика немецкого языка. – 8-е изд. – СПб.: КАРО, 2024. – 357 с.

5. Тагиль И. П. Грамматика немецкого языка в упражнениях. – 4-е изд. – СПб.: КАРО, 2024. – 384 с.

Примеры экзаменационных заданий

Иностранный язык профессионального общения (немецкий)

Наименование дисциплины		Иностранный язык профессионального общения		
№	Вопрос	Список ответов	Правильный ответ	Количество баллов за правильный ответ
1.	1920 ... die beiden Brüder Adi und Rudolf Dassler mit der Produktion von Sportschuhen ...	werden ... begonnen		2,5
		sind ... begonnen		
		haben ... begonnen	Правильный	
		können ... begonnen		
2.	Mit Schuhen von	ist ... geworden	Правильный	2,5

	Adidas ... Deutschland 1954 und 1974 Fußball- Weltmeister ...	hat ... geworden		
		kann ... geworden		
		wird ... geworden		
3.	Tobias! ... dein altes Auto!	Verkaufen		2,5
		Verkauft		
		Verkaufte		
		Verkauf	Правильный	
4.	Viele Deutsche machen Schichtarbeit. ... Arbeitszeit wechselt ständig.	Ihres		2,5
		Ihren		
		Ihre	Правильный	
		Ihrem		
5.	Jürgen arbeitet Frühschicht von 6 Uhr morgens bis 14:30 Uhr oder Nachtschicht von 23 Uhr bis 6 Uhr. Wenn ... Frau arbeitet, hat er frei.	seine	Правильный	2,5
		seinen		
		seinem		
		seiner		
6.	Die Anreise war genauso ... , wie ich befürchtet hatte.	kompliziertest		2,5
		kompliziert	Правильный	
		komplizierten		
		komplizierter		
7.	Durch den planmäßigen Einsatz von Arbeit, Betriebsmitteln und Werkstoffen ... neue Wirtschaftsgüter hergestellt.	werden	Правильный	2,5
		können		
		haben		
		wollen		
8.	Der Personalchef hat viele ... Informationen.	neuer		2,5
		neuen		
		neuem		
		neue	Правильный	
9.	Ein ... Computer ist heutzutage billig.	leistungsfähigem		2,5
		leistungsfähiges		

		leistungsfähiger	Правильный	
		leistungsfähigen		
10.	Ich kann ... kein Haus leisten.	er		2,5
		mich		
		mir	Правильный	
		dich		
11.	Mein alter Freund Max hat gerade angerufen. ... hat jetzt einen neuen Job.	sie		2,5
		er	Правильный	
		ihm		
		es		
12.	Anton, ich brauche mein Werkzeug. Kannst du ... mir bringen?	dich		2,5
		mich		
		es	Правильный	
		uns		
13.	Markus, neben dir liegen die Schrauben. ... du mir die mal?	gibst	Правильный	2,5
		geben		
		gibt		
		gebe		
14.	Ich habe wenig verdient. Ich kann ... neues Auto kaufen.	keinen		2,5
		kein	Правильный	
		keines		
		keinem		
15.	... die Leistungsverwertung zeitlich der Leistungserstellung folgt, wirkt sie nach Art und Umfang bestimmend auf die Leistungserstellung zurück.	Obwohl		2,5
		Damit		
		Wenn	Правильный	
		Wann		
16.	Die klassische Organisation eines Unternehmens orientiert	an	Правильный	2,5
		ohne		

		für		
	sich ... den betrieblichen	mit		
17.	Funktionsbereichen. Sie ... die Gebühren bis Ende des Monats zahlen.	haben		2,5
		mögen		
		sind		
		müssen	Правильный	
18.	Er hatte einen sehr stressigen Job, ... war er fast nie zu Hause.	aber		2,5
		deshalb	Правильный	
		denn		
		und		
19.	Studenten und Auszubildende, ... wenig Geld haben, buchen gerne einen kurzen Urlaub in einer Stadt.	dem		2,5
		das		
		die	Правильный	
		der		
20.	Man macht ein Praktikum, ... sich beruflich neu zu orientieren.	statt		2,5
		dass		
		damit		
		um	Правильный	
21.	Maria Viktoria hat ihre Ausbildung zur Kauffrau im Außenhandel in ihrem Heimatland erfolgreich ...	abgeschlossen	Правильный	2,5
		getragen		
		aufgekauft		
		montiert		
22.	Jetzt absolviert sie ein Praktikum von 6 Monaten in einem ... der Lebensmittelbranche in Norddeutschland.	Chance		2,5
		Handelsunternehmen	Правильный	
		Heimatland		
		Produkt		
23.	Sie will ihre Deutschkenntnisse ... ,	aufbessern	Правильный	2,5
		beeinflussen		

		führen		
		beruhen		
24.	... und Leute kennen lernen und	Entscheidung		
		Raum		
		Laptop		
		Land	Правильный	2,5
25.	... im beruflichen Alltag sammeln.	Ansichtskarten		
		Pflegeprodukte		
		Erfahrungen	Правильный	2,5
		Kaufverhalten		
26.	Darüber hinaus möchte sie die Zeit in Deutschland intensiv ...,	ausgeben		
		nutzen	Правильный	2,5
		vergeuden		
		trennen		
27.	um Informationen über den deutschen ... und insbesondere über den Konsumgütermarkt zu sammeln.	Bier		
		Oktoberfest		
		Markt	Правильный	2,5
		Theater		
28.	... ihr Vater leitet ein mittelgroßes Familienunternehmen,	trotzdem		
		denn	Правильный	2,5
		deshalb		
		darum		
29.	das qualitativ hochwertige Marmeladen ...	isst		
		funktioniert		
		sammelt		
		herstellt	Правильный	2,5
30.	und eine verkehrsmaßig ... Lage zu Deutschland hat.	niedrige		
		große		
		günstige	Правильный	2,5
		hochwertige		

31.	Da der heimische Markt gesättigt ist und Kapazitäten bei der ... noch frei sind,	Herstellung	Правильный	2,5
		Kaffee		
		Ausstellung		
		Fahrzeug		
32.	überlegen Vater und Tochter, ihre Marmeladen zu einem entsprechenden hohen Preis auf den deutschen Markt zu ...	fliegen		2,5
		liegen		
		gehen		
		bringen	Правильный	
33.	Ihre Erkundungen führen Maria Viktoria bereits nach den ersten Wochen zu dem Ergebnis, dass die ... problematisch sein wird.	Lastkraftwagen		2,5
		Weg		
		Rabatt		
		Preisgestaltung	Правильный	
34.	Sie stellt nämlich fest, dass der Preis bei der ... der Käufer in Deutschland eine außerordentlich große Rolle spielt.	Besucher		2,5
		Kaufentscheidung	Правильный	
		Betrag		
		Geld		
35.	Bei 54% der Deutschen entscheidet der Preis und nicht die Qualität darüber, was ... wird.	gestellt		2,5
		gepackt		
		gekauft	Правильный	
		gelegt		
36.	Preise von ... werden verglichen, nach Sonderangeboten Ausschau gehalten und monatelang mit dem Slogan „Geiz ist geil“ geworben.	Anbietern	Правильный	2,5
		Lehrern		
		Dozenten		
		Angaben		
37.	Positiv wertet Maria Viktoria dagegen die Tatsache, dass gesunde ... aus biologischem Anbau hoch geschätzt sind	Kontakte		2,5
		Nahrungsmittel	Правильный	
		Kunden		
		Probleme		

38.	und die Nachfrage nach Bioprodukten kontinuierlich ... , so dass es zum Teil zu Engpässen kommt, weil nicht genügend Waren zur Verfügung stehen.	steht		2,5
		haftet		
		steigt	Правильный	
		interessiert		
39.	In diesem Zusammenhang passt es auch, dass Discounter wie Aldi auch Bioprodukte in ihrem ... haben	Tasche		2,5
		Sortiment	Правильный	
		Bürraum		
		Wagen		
40.	und überall große Biosupermärkte wie z.B. Alnatura entstehen, deren Marketingkonzept Maria Viktoria sehr ...	gefällt	Правильный	2,5
		kommt		
		ruft		
		sieht		
Итого сумма баллов за тест:				100

Fallbeispiel

Maria Viktoria hat ihre Ausbildung zur Kauffrau im Außenhandel in ihrem Heimatland erfolgreich ... (21). Jetzt absolviert sie ein Praktikum von 6 Monaten in einem ... (22) der Lebensmittelbranche in Norddeutschland. Sie will ihre Deutschkenntnisse ... (23), ... (24) und Leute kennen lernen und ... (25) im beruflichen Alltag sammeln. Darüber hinaus möchte sie die Zeit in Deutschland intensiv ... (26), um Informationen über den deutschen ... (27) und insbesondere über den Konsumgütermarkt zu sammeln. ... (28) ihr Vater leitet ein mittelgroßes Familienunternehmen, das qualitativ hochwertige Marmeladen ... (29) und eine verkehrsmäßig ... (30) Lage zu Deutschland hat. Da der heimische Markt gesättigt ist und Kapazitäten bei der ... (31) noch frei sind, überlegen Vater und Tochter, ihre Marmeladen zu einem entsprechenden hohen Preis auf den deutschen Markt zu ... (32).

Ihre Erkundungen führen Maria Viktoria bereits nach den ersten Wochen zu dem Ergebnis, dass die ... (33) problematisch sein wird. Sie stellt nämlich fest, dass der Preis bei der ... (34) der Käufer in Deutschland eine außerordentlich große Rolle spielt. Bei 54% der Deutschen entscheidet der Preis und nicht die Qualität darüber, was ... (35) wird. Preise von ... (36) werden verglichen, nach Sonderangeboten Ausschau gehalten und monatelang mit dem Slogan „Geiz ist geil“ geworben. Positiv wertet Maria Viktoria dagegen die Tatsache, dass gesunde ... (37) aus biologischem Anbau hoch geschätzt sind und die Nachfrage nach Bioprodukten kontinuierlich ... (38), so dass es zum Teil zu Engpässen kommt, weil nicht genügend Waren zur Verfügung stehen. In diesem Zusammenhang passt es auch, dass Discounter wie Aldi auch Bioprodukte in ihrem ... (39) haben und überall große Biosupermärkte wie z.B. Alnatura entstehen, deren Marketingkonzept Maria Viktoria sehr ... (40).