

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет»
(ННГАСУ)

программа
вступительного испытания по дисциплине ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК
для поступающих на программы
подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре
(все направления)

Нижегород – 2017

ТРЕБОВАНИЯ

к вступительному экзамену в аспирантуру по иностранному языку

Для подготовки к вступительному экзамену в аспирантуру по иностранному языку необходимо самостоятельно подобрать оригинальную литературу по специальности в объеме 50 000 печатных знаков (~ 25 страниц машинописного текста). Тексты на иностранном языке научно-технического жанра можно взять из специальных книг, монографий, периодической научной литературы, сборников научных трудов.

После подбора необходимого объема текстов на иностранном языке необходимо представить их ответственному преподавателю кафедры иностранных языков 1. Тексты должны быть скреплены, иметь выходные данные литературного источника (автор, название, издательство, место и год издания), страницы должны быть пронумерованы.

В процессе работы с этими текстами будущему аспиранту (соискателю) нужно завести мини-словарь для выписывания незнакомых слов и выражений.

На вступительном экзамене проверяются следующие умения:

1. умение читать вслух иностранный текст с правильной расстановкой ударения, пауз и интонации,
2. умение понимать текст по специальности со словарем и переводить его на русский язык,
3. умение понимать текст без пользования словарем и передавать содержание иностранного текста в виде аннотации на русском языке,
4. умение рассказать о себе, своей специальности, вузе, настоящей работе, своих научных интересах, а также ответить на вопросы экзаменатора.

Требования к вступительному экзамену в аспирантуру по иностранному языку соответствуют уровню навыков и умений, полученных в процессе изучения вузовского курса иностранного языка.

Результаты своей подготовительной работы будущий аспирант (соискатель) должен представить ответственному преподавателю кафедры иностранных языков 1 во время индивидуальной консультации не позднее, чем за неделю до экзамена.

Структура вступительного экзамена по иностранному языку

1. Чтение и письменный перевод со словарем текста по специальности. Объем текста – 1 000 печатных знаков. Перевод выполняется за 45 минут.

2. Быстрое чтение про себя текста по специальности без пользования словарем и передача его содержания (пересказ) на русском языке. Объем текста – 1 500 печатных знаков. Время на подготовку – 5 минут.

3. Рассказ экзаменуемого о себе, своей специальности, вузе, настоящей работе, своих научных интересах и планах в связи с научной работой.
4. Ответы на вопросы экзаменатора.

ОБРАЗЦЫ экзаменационного языкового материала

А. Образец текста для пересказа-аннотации

Вариант1

MARKETING OVERSEAS

Techniques of marketing which succeed in the UK may not be appropriate in overseas markets.

The need for thorough market research is increased when selling overseas. Selling in a foreign country means that producers are facing different political and legal systems, cultures and languages. This means that intending producers have to take great care to ensure that there is a demand for their good or service. The first step in identifying possible markets is likely to be desk research. Gathering information about incomes and expenditure patterns (especially on imports) for a number of markets will help to identify the most suitable markets. Firms also can use the Export Market Information Center which provides self help information on overseas markets. Desk research is a cost-effective way of eliminating less feasible markets.

The next step may be field research where intending exporters actually communicate with potential customers. Surveys will have to overcome any language barriers and in some cultures potential consumers may be unwilling to respond to surveys or may not do so truthfully.

It is in the international marketing of a business operation that the benefit of an agent or the system of licensing can be beneficial. Making use of their local knowledge can help avoid the many linguistic and cultural pitfalls that face an exporter. They can be particularly useful in acquiring lists for direct mailing purposes. As sales within the EC increase it is expected the number of UK agencies who specialize in overseas markets will expand.

Promotion is important but unfamiliarity with foreign media can cause difficulties in assessing circulation figures as well as the audience at which the publications or programmes are targeted. The angle of the promotion must also take into account the culture of the country concerned. For example, Protestant European consumers do not respond well to advertisements which stress the labour-saving nature of products.

In spite of cultural differences, several large multinational companies (for example, Coca Cola) are now beginning to use essentially the same advertisement on a global basis in order to save costs as well as portray the same image of themselves worldwide.

Distribution patterns may differ from what businesses consider the norm. This may require greater advertising expenditure at the point of sale if distribution is – as is true in some European countries – mainly through small distributors. This is another area in which joint agreement can prove of value to both partners.

В этом тексте рассматривается вопрос о методах маркетинга, применяемых в работе на зарубежных рынках. Автор подчеркивает, что для успешной реализации продукции на внешнем рынке требуется большая работа по определению и формированию спроса на предлагаемые изделия и услуги. Первым шагом служит сбор информации и проведение маркетинговых исследований, сначала кабинетных, с использованием вторичных источников, а затем в реальных условиях. Следует заметить, что работа с агентами, хорошо знающими местные условия, помогает избежать многих лингвистических и социокультурных проблем и казусов.

В статье рассматриваются также вопросы продвижения продукта, стимулирования сбыта, в частности, путем рекламы через средства массовой информации в условиях различия культур. Указаны каналы распределения продукта на новых зарубежных рынках.

В целом, можно сказать, что автор освещает классические понятия из области маркетинга, хорошо известные специалистам.

Вариант 2

NUR KUNDENORIENTIERTE INNOVATIONEN SIND ERFOLGREICH

Unternehmen müssen sich mit ihren Innovationen künftig stärker am Kunden orientieren. Das hat eine Analyse der französischen Elitehochschule INSEAD, Fontainebleau, ergeben. So trivial diese Idee auch klingen mag, so bestechend ist sie zugleich.

INSEAD wertete 100 Neueinführungen von 30 internationalen Unternehmen aus. TopßAdressen sind darunter, wie Accor, Blomberg, Barnes & Noble. Die beiden Forschungsleiter, die INSEADßProfessoren Chan Kim und Rene Mauborgne, sammelten in einer Datenbank Erfolg und Misserfolg von Innovationen. Dabei unterschieden sie zwischen drei Typen: Die Erste („me too“) kopiert ausschließlich, und die Zweite verbessert nur marginal den Wert des bestehenden Angebotes. Lediglich die Dritte ist eine echte Innovation, die den Wert des Angebotes für den Kunden entscheidend verbessert.

Die Auswertung zeigte: 86 Prozent der Neueinführungen gehörten zu den Typen „me too“ und „marginale Verbesserung“. Sie erreichten nur 62 Prozent der insgesamt realisierten Mehrumsätze und nur 39 Prozent der Gewinne. Im Gegensatz dazu stellen echte Innovationen (auch genannt „Value Innovation“) zwar nur 14 Prozent der Neueinführungen. Sie generierten aber 38 Prozent des insgesamt erzielten Umsatzes und sogar 61 Prozent des realisierten Gewinns.

Als bestes Beispiel für ein innovatives Unternehmen nennen Kim und Mauborgne den französischen Konzern Accor und seine „Formule 1“- Hotelkette. Die Manager hätten die Normen des Marktes einfach missachtet und eigene Regeln aufgestellt, loben die Experten. Kostenintensive Restaurants und Eingangshallen etwa gibt es nicht. Die Rezeption ist 24 Stunden lang geöffnet, die Architektur ist ansprechend, und die Räume sind auf hohem Niveau ausgestattet.

„Wir wollten Spielräume für Investitionen an den Stellen erhalten, wo es Kunden dieser Preisklasse wirklich schätzen“, erklärt man bei Accor. Die Qualität der Betten und des Hygienebereichs liegen deshalb weit über dem Standard dieser Kategorie.

„Für 'Value innovation' steht buchstäblich alles steht auf dem Prüfstand“, resümiert MSU-Consultler Volker Westermann, und zwar auf Dauer. Von der Strategieentwicklung über Arbeitsprozesse und Informationstechnologie bis zur Kultur des Unternehmens.

Аннотируемый текст называется «Успешными являются лишь те инновации, которые ориентированы на потребителя».

В тексте рассматриваются проблемы инноваций в различных сферах бизнеса, а именно критерии их актуальности и востребованности. Автор представляет результаты исследований, проведенных одним французским институтом, которые убедительно доказывают тот факт, что предприятия для того, чтобы быть успешными, должны ориентировать свои нововведения на потребителя.

В базе данных собраны также типы удачных и неудачных инноваций. Первый тип инноваций сводится к простому копированию, второй предусматривает незначительные улучшения качества имеющегося продукта (услуги). Наконец, третий тип настоящих инноваций существенно улучшает качество продукта в интересах потребителя.

Следует подчеркнуть, что доля настоящих инноваций среди всех инноваций занимает лишь 14%. Однако благодаря именно им достигаются 38% желаемого оборота и 61% реализованной прибыли.

Далее референт ссылается на передовой опыт некоторых предприятий, напр., предприятия гостиничного бизнеса – концерна Аккор. Вместо дорогостоящего лоска здесь

обеспечили 24-х часовую работу регистратуры, привлекательное архитектурное решение, оборудование жилых номеров на высоком уровне и т.д. .

В качестве резюме текста намечены пути развития стратегии через организацию труда и информационные технологии для достижения высокой культуры предприятия.

Б.Схема рассказа о себе

Вариант 1

Let me introduce myself. My name is In 19... (200...) I finished school No ... in the city of Nizhny Novgorod. The same year I entered the Faculty (Institute) of Civil and Industrial Construction of Nizhny Novgorod State University of Architecture and Civil Engineering (NNSUACE). I graduated from it in 19... (200...). When I was a student I got interested in scientific work and carried out some research in ... in the behaviour of building materials under loads and at varying temperatures. I specialized (majored) in building materials. The theme of my graduation paper is

Now I work as an engineer at the chair of building materials of NNSUACE. I have made up my mind to continue my education and to take the post-graduate course at the same chair. My scientific adviser is Prof. I would like to study I intend to carry out investigation in the field of gypsum binding materials. The aim of my research is to produce high-strength building materials and artificial marble.

Taking into account the significance of gypsum binding material production for Nizhny Novgorod province I consider my future scientific work very actual. I plan to conduct some experiments and study progressive innovations in this field both in Russian and foreign scientific literature.

Вариант 2

Ich möchte mich vorstellen. Ich heiße (bin) Ich bin ... Jahre jung. Ich bin in ... (Nishnij Nowgorod) zur Mittelschule gegangen und habe hier mein Abitur gemacht. Ich habe an ... (der Nishegoroder Staatlichen Universität für Architektur und Bauwesen), am Institut für ... (Bauwesen) studiert. Ich habe mein Studium 200... als ...(Bauingenieur) abgeschlossen. Meine Fachrichtung ist

Meine berufliche Laufbahn sieht wie folgend aus. Gleich nach dem Studium bin ich bei einem Handelsunternehmen eingestiegen. Dieses Unternehmen handelte industrielle Maschinen für Innen- und Außenbearbeitung von Metallrohren. Ich war im Verkauf und Marketing tätig. Zur Zeit arbeite ich bei einer Projektfirma als Berater. Ich kümmere mich um den Entwurf und den Bau von Wasserleitungen. (Mein Tätigkeitsfeld umfasst den Entwurf und den Bau von Wasserleitungen). Meine gegenwärtige Position gefällt mir, denn es ist interessant, verantwortungsvoll und gibt mir Auftrieb. Ich kann meine Fähigkeiten einsetzen und eigene Ideen entwickeln. Das finde ich ganz entscheidend.

Die Anforderungen an Mitarbeiter in Unternehmen haben sich in den letzten Jahren verändert und sie verändern sich weiter in einem atemberaubenden Tempo. Um ein kompetenter und flotter Fachmann sein zu können, braucht man eine ständige Weiterbildung und Vervollkommen seiner beruflichen Kompetenz. Diese Überlegungen haben mich bewogen, mich weiter fortzubilden und eine wissenschaftliche Karriere anzutreten. Ich möchte mein Studium an der Doktorantur an der Nishegoroder Staatlichen Universität für Architektur und Bauwesen aufnehmen. Mein wissenschaftlicher Betreuer (Doktorvater) ist Herr Professor, Doktor Ich bin im ständigen Kontakt mit meinem Doktorvater. Das Thema meiner künftigen Dissertation wäre mit unterirdischen Wasserleitungen und deren Messungen verbunden. Das werde ich noch präzisieren müssen. Ich werde mich mit den theoretischen und praktischen Aspekten der industriellen

Wasserleitungen beschäftigen. Es geht um eine Studie von Charakteristiken der bestehenden Wasserleitungen, die Aufdeckung von ihren Verbesserungsmöglichkeiten anhand verschiedener Messungen.

Es liegt halt auf der Hand, dass meine Aufgabenstellung aktuell, relevant, aufschlussreich und interessant ist.

V.Примерные вопросы для беседы с экзаменатором

Вариант 1

1. What is your full name?
2. Where are you from? Where and when were you born?
3. Could you tell us a few words about your native place?
4. What do you do? Where do you work? What is your occupation?
5. What is your position (post) in the firm?
6. Are you married? Have you got a family? Have you got a child?
7. What is your wife (husband) by profession? What does she/he do?
8. And what about your parents? Do they work? Have they retired?
9. Are you satisfied with your present work? What are you busy with?
10. What do you enjoy doing in your free time? Have you got a hobby?
11. What institution did you graduate from? When was it?
12. What faculty (institute) did you study at?
13. What subject did you major (specialize) in?
14. What department (chair) are you going to be a post-graduate student at?
15. Are you going to be a full-time or a part-time post-graduate student?
16. Who is your scientific adviser (supervisor)?
17. What is the theme of your scientific research? What is its title?
18. What scientific problem are you interested in?
19. Did you conduct any scientific research (investigation) being a student (an undergraduate)?
20. Have got any papers published already?
21. Did you take part in conferences? Did you present your papers?
22. Is it your first entrance examination?
23. What exams have you passed?
24. What are your plans for the future?

Вариант 2

1. Stellen Sie sich vor!
2. Woher kommen Sie? Wo wohnen Sie? Wo und wann sind Sie geboren?
3. Erzählen Sie bitte von Ihrem Heimatort!
4. Was sind Sie von Beruf? Wo arbeiten Sie?
5. Welche dienstlichen Aufgaben sollen Sie erfüllen?
6. Sind Sie mit Ihrer beruflichen Position zufrieden?
7. Sind Sie verheiratet? Haben Sie eine Familie? Haben Sie Kinder?
8. Was ist Ihr Mann (Ihre Frau) von Beruf?
9. Haben Sie Eltern? Sind sie noch berufstätig? Sind sie schon Rentner?
10. Wie ist Ihre Wohnadresse?
11. Was machen Sie gern in Ihrer Freizeit? Wofür schwärmen Sie?
12. Welche Hochschule haben Sie absolviert? Wann war das?
13. In welchem Fach spezialisieren Sie sich?

14. Was hat Sie dazu bewogen, um die Doktorandur aufzunehmen?
15. Von welchem Lehrstuhl wird Ihre Doktorarbeit geführt?
16. Werden Sie direkt oder fern studieren?
17. Wer wird Ihr Doktorvater (Ihre Doktormutter) sein?
18. Was wäre das Thema, bzw. der Gegenstand Ihrer künftigen Dissertation?
19. Welche wissenschaftlichen Probleme werden Sie recherchieren? Sind sie momentan aktuell?
20. Wie könnten Sie Ihre besondere Neigung zur wissenschaftlichen Erforschung erklären?
21. Haben Sie schon theoretische und praktische Erfahrungen auf diesem Wissenschaftsgebiet?
Wenn ja, wo und unter welchen Umständen?
22. Haben Sie Ihre eigenen Veröffentlichungen zu Ihrem Thema?
23. Nehmen Sie an den wissenschaftlichen Konferenzen aktiv teil? Haben Sie schon über ihr Thema vorgetragen?
24. Welche Aufnahmeprüfungen sollen Sie jetzt ablegen ? Welche von ihnen haben Sie bereits erfolgreich bestanden?
25. Haben Sie Zukunftspläne? Was wünschen Sie sich noch außer der Karriere?