

### РАЗДЕЛЫ:

ГРАММАТИКА

ДИАЛОГИ

НАВЫКИ

СИТУАЦИЯ

Сравнительная степень прилагательных и наречий (компаратив). Превосходная степень (суперлатив). Comparative forms of adjectives and adverbs. Superlative forms

«Как часто?» (обычно, всегда, никогда, редко, часто). "How often?" (usually, always, never, rarely, often)

Описание графиков и диаграмм  
Description of charts and diagrams

Выбор рынка, страны. Choosing a market, country



### ДЛЯ НАЧАЛА:

К каким ценовым сегментам относятся эти продукты? /Which price segments do these products belong to?/



Часы Rolex (1200 евро)



Шоколадный батончик Snickers (0,60 евро)



Аудиокнига Ф. М. Достоевский «Идиот» (8,50 евро)



Джинсы (20 евро)



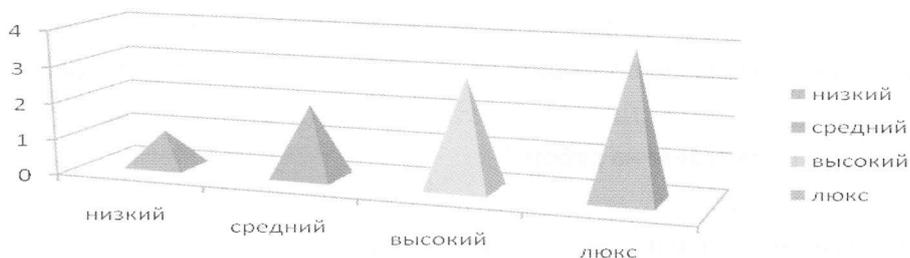
Билеты на самолёт в бюджетной компании (15 евро)



Туфли Prada (500 евро)



Apple iPad 2 (990 евро)



Ценовые сегменты: низкий, средний, высокий, люкс

## 10.1. Прослушайте пример начала ответа.

Я считаю, что продукт 1 относится к ... (низкому/среднему/высокому/люксовому) ценовому сегменту.

Полагаю, что ... (I suppose that...)

Я думаю, что ...

По-моему, ...

Мне кажется (It seems to me), продукт 1 относится к сегменту «люкс».

прибыль – profit  
убыток – loss  
точка (предел/уровень)  
безубыточности – breakeven point  
доход – revenue  
наценка – mark-up  
маржа – margin  
налоги – taxes  
НДС (налог на добавленную  
стоимость) – VAT, Value Added Tax  
потребитель – consumer

внешний рынок – foreign market  
внутренний рынок – domestic market  
импорт – import  
экспорт – export  
регион – region  
сегмент – segment  
ценовой сегмент – price segment  
годовой финансовый отчёт – annual  
report  
относиться к (к кому?)  
к чему? – Dat.) – to belong to

СЛОВАРЬ:



## A. 10.2. Прослушайте правильное произношение слов. Повторяйте вслух.

## B. Сопоставьте (match) предложения и их перевод на английский язык.

- |   |  |
|---|--|
| 1. Весной этого года компания «София» планирует выход на внешний рынок.   | a) This spring "Sofia" company is planning to enter foreign markets.   |
| 2. НДС в России составляет 18%.   | б) VAT in Russia is 18 %.  |
| 3. Прибыль «Liona Mi» в прошлом квартале этого года составила 5 млн евро.   | в) "Liona Mi" made a profit of 5 million euro last quarter.  |
| 4. Внутренний рынок Латвии очень маленький.   | г) Latvian domestic market is very small.  |
| 5. Мы не можем работать в убыток.   | д) We cannot operate at a loss.  |
| 6. Через год эта новая компания выйдет на уровень безубыточности.   | е) This company will breakeven in a year.  |
| 7. У продуктов низкого ценового сегмента очень маленькая маржа. Поэтому, чтобы работать с высокой прибылью, нужно продавать большие объёмы продукции. | ж) Products of a lower price segment have a very small margin. Therefore, in order to stay highly profitable, a large volume of sales is required. |
| 8. Нам нужно определить сегмент рынка, на котором мы будем работать.  | з) We have to establish a market segment to concentrate on.  |



**В.** Дополните предложения фразами из словаря.



1. Торговая сеть «Акрил» работает с ..... 25%.
2. Это господин Белов, глава компании «Стройка» по Балтийскому .....
3. Компания «Лиона Ми» работает в среднем .....
4. В апреле мы делаем ..... за прошлый год.
5. Наши ..... – это семьи со средним ежемесячным .....
6. В этой стране очень высокие .....

**Г.** 10.3. Прослушайте правильные варианты предложений. Проверьте себя.

ГРАММАТИКА 1:

**Наречие (Adverb)**

Образование наречий (Forming adverbs):

Какой?	Как?
имя прилагательное (Adjective)	наречие (Adverb)
хороший (-ая, -ее, -ие)	хорош + о
весёлый (-ая, -ое, -ые)	весел + о
+ существительное	+ глагол

**А.** Образуйте наречия. /Form adverbs./



- |                     |                                |
|---------------------|--------------------------------|
| 1. быстрый – быстро | 6. красивый – .....            |
| 2. ленивый – .....  | 7. молодой – .....             |
| 3. дешёвый – .....  | 8. богатый – .....             |
| 4. дорогой – .....  | 9. хороший – .....             |
| 5. модный – .....   | 10. радостный (joyful) – ..... |

**Б.** Дополните предложения. Образуйте из прилагательных в скобках наречия.



1. Я ..... (лёгкий) учу иностранные языки.
2. Он ..... (настойчивый) идёт к своей цели.
3. Она представила новый продукт совсем не ..... (интересный).
4. Спасибо за Ваше предложение, но это для нас не ..... (актуальный).
5. Сейчас ..... (трудный) найти хорошего специалиста по финансам.

## Как часто ...? How often...?

всегда  
часто  
иногда  
редко  
никогда

+ **Imperfective verbs**  
(глаголы  
несовершенного вида)



каждый день/месяц/квартал  
один раз в неделю – once a week  
пару раз / два раза – a couple of times / two times  
несколько раз – several times  
хотя бы раз в жизни – at least once in a lifetime

**A.** 10.4. Прослушайте и прочитайте диалоги вслух.

1.

- Ты уже ходила на фильм «Любовь-морковь»?
- Я **так редко** хожу в кино, но в этот раз обязательно схожу. Я слышала, что это хорошая семейная комедия.
- Я тоже ещё не видел.
- А ты **часто** ходишь в кино?
- Ну так. **Иногда** хожу, может, **пару раз в год**.

2.

- Я **всегда** стараюсь приходить на работу вовремя.
- И **никогда** не опаздываешь?
- Никогда.
- Не может быть! (It can't be true!) Каждый **хотя бы раз в жизни** опаздывал на работу.
- Только не я. Я – никогда.

3.

- Ты снова стала ходить в спортклуб?
- Да, к лету нужно привести себя в форму.
- Да, мне тоже надо бы. (I would also need.) **Как часто** ты ходишь заниматься?
- **Стараюсь пару раз в неделю**. Обычно в среду и пятницу после работы.
- А я себя заставить никак не могу. Страшная лентяйка. (I can't force myself. I am too lazy.) Может, за компанию с тобой соберусь как-нибудь.
- Давай. Вдвоём веселее.

4.

- Как часто Вы звоните клиентам?
- Мы звоним клиентам **каждый день**.
- Как часто Вы делаете отчёты продаж?
- Мы делаем отчёты продаж **каждый месяц**.
- Как часто Вы встречаетесь с вашими клиентами?
- **Каждую неделю**. Мы встречаемся с клиентами **каждую неделю**.
- Как часто Вы делаете бухгалтерский отчёт?
- Бухгалтерский отчёт мы делаем **каждый квартал**. Он называется «Квартальный отчёт».
- Как часто Вы делаете общий финансовый отчёт?
- Мы делаем годовой финансовый отчёт **каждый год** в марте.

**Б. Ролевая игра. Работайте в парах. Один из вас – Алёна, второй – Ник.**

1. Дополните каждый свою таблицу: напишите, куда ходят Алёна и Ник.
2. Задайте вопросы по модели «Как часто...?» друг другу и ответьте на них.

\*бывать где-либо (+ Locative) – to have been somewhere

<b>Алёна</b> (Куда ходит? Что делает?)	<b>часто</b>	<b>иногда</b>	<b>редко</b>	<b>никогда</b>
.....	*			
.....		*		
<b>Бываю* в музеях</b>			*	
.....				*

<b>Ник</b> (Куда ходит? Что делает?)	<b>часто</b>	<b>иногда</b>	<b>редко</b>	<b>никогда</b>
.....				*
.....		*		
.....			*	
<b>Хожу на спортивные матчи</b>	*			

**В. Работайте в парах. Расскажите друг другу, что вы делаете часто. Что – никогда? Что – иногда, а что – редко?**

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....

**ГРАММАТИКА 2:**

**Сравнительная степень /Comparative form/**

**Сравнительная степень (компаратив) /Comparative form/ Прилагательное /Adjective/:**

Это **красивая** итальянская мебель.  
 Эта мебель **красивее, чем та. /... более красивая.** (This furniture is more beautiful than that one.)  
 Этот шкаф **красивее, чем тот испанский. /...более красивый.**  
 Это кресло **красивее, чем то испанское. / ... более красивое.**  
 Эти диваны **красивее, чем те испанские. / ... более красивые.**

Аналогичное правило – для наречий /The same rule applies to adverbs/:  
**КРАСИВО: Ольга рисует красиво.**

**КРАСИВЫЙ } КРАСИВЕЕ / БОЛЕЕ КРАСИВЫЙ, чем ... (more beautiful than)**  
**КРАСИВО } БОЛЕЕ КРАСИВО, чем ...**

**Ольга рисует красивее/более красиво, чем Виктор.**

**!**  
 большой, много – больше  
 маленький, мало – меньше  
 хороший, хорошо – лучше  
 плохой, плохо – хуже

**А. Образуйте сравнительную степень от следующих прилагательных.**

/Form comparatives of the following adjectives./

1. уверенный – .....
2. строгий – .....
3. низкий – .....
4. внимательный – .....
5. толстый – .....
6. тихий – .....
7. сильный – .....; 8. прибыльный – .....
9. настойчивый – .....; 10. высокий – .....
11. низкий – .....; 12. продуктивный – .....

**Внимание!**

Суффикс **-е** после:

- |        |                          |
|--------|--------------------------|
| Г → Ж  | дорогой, дорого → дороже |
| К → Ч  | громкий, громко → громче |
| Х → Ш  | тихий, тихо → тише       |
| Д → Ж  | молодой, молодо → моложе |
| СТ → Щ | чистый, чисто → чище     |

**Б. Откройте скобки. Образуйте сравнительную степень прилагательных.**

1. Я думаю, что наша новая стратегия ..... (эффективный).
2. Компания «Альянс» предлагает ..... (выгодные) цены, чем компания «Основа».
3. Цены на бензин в этом году ..... (высокий), чем в прошлом.
4. Спрос на этот продукт в сентябре ..... (низкий), чем в июле.
5. В этом квартале мы стали работать ..... (результативный).
6. Сейчас менеджер по продажам приезжает в этот магазин ..... (частый), чем раньше.

**Превосходная степень (суперлатив) /Superlative forms/**

Примеры: Это самая красивая мебель. Это самый красивый шкаф. Это самое красивое кресло. Это самые красивые диваны.

Позитив	Компаратив: -ее / -е «более» + позитив	Суперлатив: «самый» + позитив компаратив + «всех» / «всего»
красивый	красивее / более красивый	самый красивый / красивее всех
новый	новее / более новый	самый новый / новее всех
трудный	труднее / более трудный	самый трудный / труднее всего

**В. Поставьте прилагательные в скобках в превосходную степень. /Put the adjectives in brackets into a superlative form./**

1. Лёгкая атлетика – это ..... (популярный) вид спорта.
2. (маленький) ..... я ожидала таких результатов.
3. Этот футболист играет в ..... (сильный) клубе Европы.
4. Он сегодня ..... (счастливый), потому что заключил выгодную сделку.
5. Товары этой фирмы ..... (дорогие) и ..... (качественные).

**Г.** 1. Сравните планеты Венеру, Землю и Марс. Используйте конструкции сравнения. /Compare the planets: Venus, Earth, and Mars. Use comparatives./  
Используйте слова: *больше – меньше, тяжелее – легче, длиннее – короче.*

Характеристика	Земля	Венера	Марс
Масса планеты	5,974•10 <sup>24</sup> кг	4,9•10 <sup>24</sup> кг	6,4•10 <sup>23</sup> кг
Радиус планеты	6378 км	6052 км	3397 км
Период обращения по орбите (orbit circularization) (= 1 год)	365,256 земных суток	224,7 земных суток	687 земных суток
Средняя скорость движения по орбите	29,765 км/с	35 км/с	24,1 км/с
Среднее расстояние от Солнца	150 млн км	108 млн км	228 млн км

**2. Ответьте на вопросы.**

- а) Какая планета самая лёгкая?      в) Какая планета самая быстрая?  
б) Какая планета самая большая?    г) На какой планете самый длинный год?

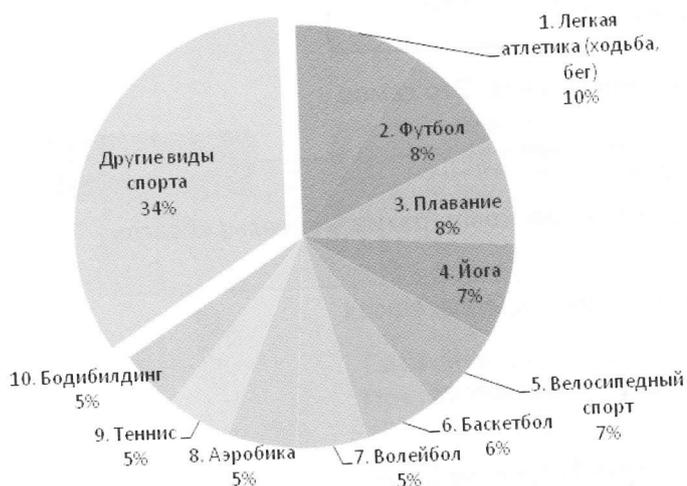
**НАВЫКИ:**

**Описание графиков и диаграмм /Describing charts and diagrams/**

**1. Круговая диаграмма. /Pie chart./**

Самые популярные и массовые виды спорта в мире (в % от всех видов спорта, которыми занимаются в 200 странах, включая Россию (of all types of sports popular in 200 countries including Russia, in %)):

Самые популярные виды спорта в мире (TAFISA)



1. Лёгкая атлетика (ходьба, бег) – 9,6%
2. Футбол – 8,4%
3. Плавание – 8,1%
4. Йога – 7,4%
5. Велосипедный спорт – 6,4%
6. Баскетбол – 5,7%
7. Волейбол – 5,4%
8. Аэробика – 5,3%
9. Теннис – 4,9%
10. Бодибилдинг – 4,7%
11. Другие виды спорта – 34,1%

Источник: Исследование TAFISA, 2008 г.

**10.5. Прослушайте фразы для описания диаграммы.**

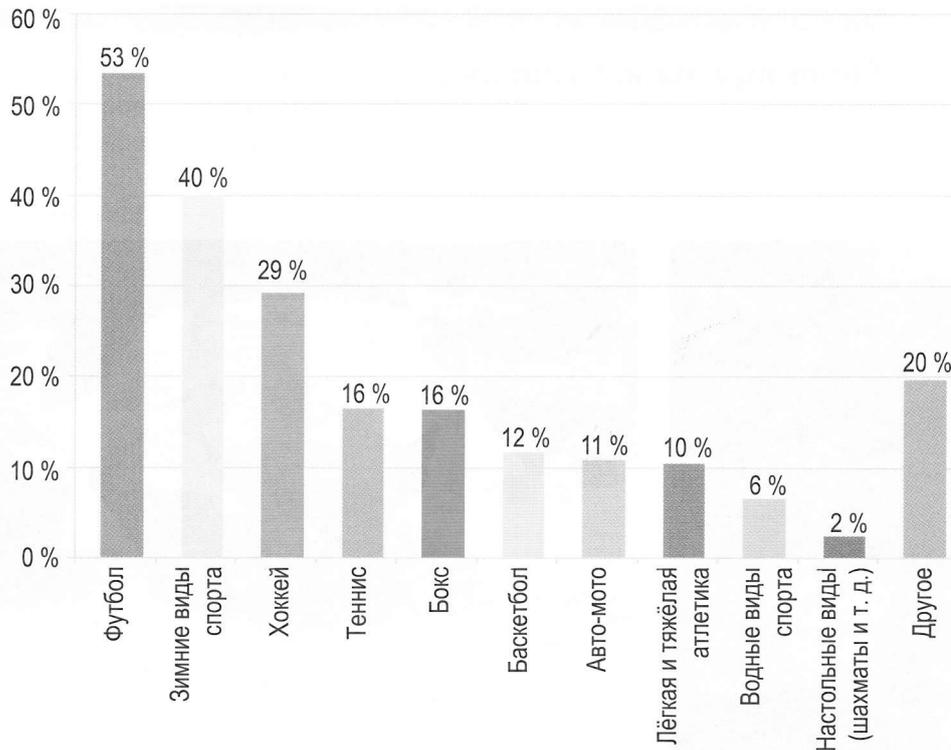
1. Самый популярный вид спорта в мире – это лёгкая атлетика.
2. На втором месте по популярности – футбол.
3. Йога – на четвёртом месте.
4. Баскетбол – на шестом месте и составляет (comprises) 6% по популярности.

**А.** Прокомментируйте эту диаграмму сами. Составьте небольшой текст из 5–6 предложений. /Comment this chart on your own. Compose a small text, use 5–6 sentences./

.....  
 .....  
 .....

**2. Столбчатая диаграмма /Bar graph/**

Самые популярные виды спорта у пользователей Рунета (with Runet users) (русскоязычный Интернет)



Источник: Исследование RUMетрика, 2010 г.

**Б. Дополните фразы для описания диаграммы. /Complete the phrases to describe the chart./**

1. В Рунете самый популярный вид спорта – это ...
2. Второе место по популярности занимает ...
3. Хоккей – ...
4. Теннис – ...
5. Баскетбол на ..... месте и составляет .....% аудитории.
6. Бокс на ..... месте и составляет .....% аудитории.
7. Лёгкая и тяжёлая атлетика – на ..... месте и составляет .....% аудитории.
8. Настольные виды спорта (шахматы и т.д.) ...

**В. Ответьте на вопросы.**

1. Каким спортом занимаетесь Вы?
2. Какими видами спорта Вы интересуетесь на страницах Интернета?
3. Какой самый популярный вид спорта в Вашей стране?

**«Российский рынок одежды 2010 г. Краткое описание» в Приложении 4.**

ТЕКСТ:

**А. Прочитайте текст и выпишите фразы, которые говорят:**

1. О поведении рынка .....
2. О ретейлерах: .....
3. О спросе: .....

**Б. Ответьте на вопросы.**

1. На каком рынке работает Ваша компания?



#### Описание:

Ресторанная группа «Меррингтон» основана (was founded) в 2001 году. Первый ресторан открылся в Москве и предлагал своим гостям европейскую и русскую кухни. Сейчас по всей России группе «Меррингтон» принадлежит 32 ресторана, которые работают в разных кулинарных направлениях: восточная кухня, европейская, традиционная русская, фьюжн и японская.

Сейчас «Меррингтон» планирует выход на европейский рынок и выбирает страну и город, где можно будет открыть свой первый ресторан в Европе. Этот ресторан будет в классическом европейском стиле, и гостям будут предлагаться (will be offered) русская и европейская кухни.

Позиционирование (positioning): средний и высокий сегменты.

#### ЗАДАНИЕ:

Работайте в двух группах. Представьте, что Вы – руководство компании «Меррингтон» (Imagine you are "Merrington"'s management).

1. Рассмотрите варианты городов, в которых предполагается открыть первый в Европе ресторан «Меррингтон». (Discuss the options for the cities where the first "Merrington" restaurant is supposed to be opened.)
2. Обсудите в группе все «за» и «против» (all pros and cons). Сделайте свой выбор.
3. Представьте свой выбор другой группе. Объясните, почему Вы предлагаете начать работу Вашей компании именно в этой стране и в этом городе.

## Страна А, город А

### Экономика:

- показатели роста: 1% в год;
- уровень инфляции: 2,5%;
- уровень безработицы: 8%;
- современная страна с развитой промышленностью.

### Город А:

- население: 1 300 500 человек;
- доходы населения: низкий сегмент – 22%, средний – 55%, высокий – 18%, люкс – 5%;
- комментарии: очень высокая ресторанный культура;
- конкуренция: высокая.

## Страна Б, город Б

### Экономика:

- показатели роста: 8% в год;
- уровень инфляции: 8,5%;
- уровень безработицы: 12%;
- у страны большой внешний долг.

### Город Б:

- население: 900 258 человек;
- доходы населения: низкий сегмент – 34%, средний – 48%, высокий – 14%, люкс – 4%;
- комментарии: ресторанный культура развита высоко, предпочтения – европейская и японская кухни;
- конкуренция: средняя.

## Страна В, город В

### Экономика:

- показатели роста: 5% в год;
- уровень инфляции: 5%;
- уровень безработицы: 14%;
- страна с развитой экономикой;
- среди населения большая доля иммигрантов (a large share of immigrants among the population) из стран третьего мира.

### Город В:

- население: 1 400 300 человек;
- доходы населения: низкий сегмент – 17%, средний – 45%, высокий – 33%, люкс – 5%;
- комментарии: высоко развита ресторанный культура, предпочтения – европейская и восточная кухни;
- конкуренция: очень высокая.



### РАЗДЕЛЫ:

**ГРАММАТИКА**

**Виды глагола. Использование конструкций «... чтобы ...», «... потому что ...» в разговоре.** Verb Aspects. Using structures «... чтобы ...», «... потому что» in a conversation

**ДиалогИ**

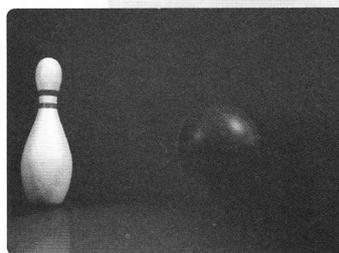
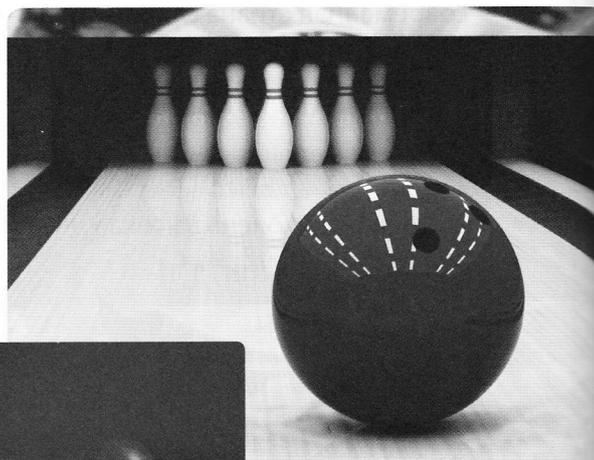
**Зачем и почему.** Why and for what?

**Навыки**

**Как найти, где находится что-либо.** How to find the location

**Ситуация**

**Ритейлер: выбор продукта**  
Retailer: choosing a product



**для начала:**

**A.** **11.1. Прочитайте мнения и ответьте на вопрос сами: Как Вы считаете, что помогает компании быть конкурентоспособной? /What, in your opinion, helps a company to stay competitive?/**

**Каспарс (сектор бизнеса: человеческие ресурсы):** «Это прежде всего стратегия компании, качество продукта и стиль общения с клиентами».

**Светлана (сектор бизнеса: услуги типографии):** «Я уверена, что главное в конкуренции – это узнаваемость и хороший имидж».

**Дмитрий (сектор бизнеса: IT-технологии):** «Грамотное позиционирование (competent positioning) на рынке, коммуникации с потребителем и видение будущего (vision)».

**Валентина (сектор бизнеса: образовательные услуги):** «Я думаю, прежде всего, это качество продукта и уровень обслуживания клиента как во время покупки, так и впоследствии (afterwards)».

**B.** **Какие конкурентные преимущества есть у Вашей компании? /What competitive advantages does your company have?/**

Для ответа можно использовать следующие характеристики (the following qualities):

- лидерство в цене;
- высокое качество продукции / услуги;
- высокое качество обслуживания;
- выгодное месторасположение (advantageous location) офиса (или магазина);
- приятная атмосфера (интерьер).

**A.**  **11.2. Прослушайте правильное произношение слов. Повторяйте вслух. Читайте вслух.**

быть конкурентоспособным – to be competitive  
 конкурентные преимущества – competitive advantages  
 качество продукта – product quality  
 обслуживание – service  
 уровень обслуживания – service level  
 настойчивость – persistence  
 опережать конкурентов – to overtake competitors  
 взаимовыгодные отношения – mutually beneficial relations  
 перспективы – prospects  
 источник информации – a source of information

внимательный подход – caring attitude  
 маркетинговое исследование – market survey  
 массовый продукт – mass product  
 популярный/популярность – popular/popularity  
 пользоваться популярностью – enjoy popularity  
 час пик – rush hour  
 пробка на дороге – traffic jam  
 заблудиться – to get lost  
 я заблудился/я заблудилась – I got lost  
 опаздывать/опоздать – to run late / to be late

**СЛОВАРЬ:**



**B.** Дополните предложения фразами из словаря. 

1. В этом ресторане высокий .....
2. Чтобы добиться цели, я буду проявлять (I'll show) .....
3. Обычно наша компания заказывает .....  
..... в агентстве.
4. Эта марка машин в прошлом сезоне .....
5. Я ..... Скажите, как я могу попасть на Невский проспект?
6. Звонил Данилов. Он опаздывает. Он попал в .....
7. Обычно я стараюсь не назначать встречи в .....  
Есть большая вероятность опоздать.
8. Мы надеемся на ..... отношения между нашими компаниями.

**B.**  **11.3. Прослушайте правильные варианты предложений.**

**Г.** Составьте предложения.

1. От качества обслуживания	<b>а)</b> получать качественные продукты и услуги.
2. Компания «Lelle» является (is) одной из	<b>б)</b> зависит уровень продаж магазина.
3. В качестве источника информации	<b>в)</b> мы проводим опросы (are surveying) среди клиентов.
4. Конкурентная борьба (competition) позволяет потребителю	<b>г)</b> самых конкурентоспособных на этом рынке.
5. Для сбора информации (information collection) о своих конкурентах	<b>д)</b> конкурентную стратегию.
6. Качество продукции – это одно из важнейших (is one of the most important).	<b>е)</b> мы используем маркетинговые исследования.
7. У этих компаний не может быть	<b>ж)</b> конкурентных преимуществ фирмы.
8. «Lelle» выбрала правильную	<b>з)</b> общих финансовых интересов.



**A.** 11.4. Прослушайте и прочитайте диалоги.

1.

**Алексей:** – Я слышал, что ты сегодня едешь в «Арт-адженси». **Зачем** на этот раз?

**Ольга:** – Я еду туда, **чтобы** обсудить нашу рекламную кампанию.

– Это будет масштабная рекламная кампания?

– Да, мы должны провести (carry out) большую рекламную кампанию, **потому что** наши конкуренты сейчас очень активны. Я боюсь, мы можем потерять часть рынка.

– Это нежелательно (we better not).

– О, да! Поэтому мы должны серьезно подумать о нашей рекламной кампании.

2.

**Управляющий рестораном 1** (Restaurant managing director 1): – В этом месяце цена бизнес-ланча в нашем ресторане – только 5 евро.

**Менеджер ресторана 1** (Restaurant manager 1): – Только 5 евро! Но **почему?**

– **Потому что** наши конкуренты предлагают бизнес-ланч за 6,50 (шесть с половиной) евро. Мы должны опережать наших конкурентов!

– Да, конечно, с такой ценой мы обязательно опередим конкурентов! Все клиенты будут в нашем ресторане!

3.

**Управляющий рестораном 2:** – Посмотри, наши конкуренты предлагают бизнес-ланч только за 5 евро. Ха! Они надеются (They hope), что клиенты пойдут к ним!

**Менеджер ресторана 2:** – Наивные! (So naive!) **Чтобы** привлечь клиентов, нужно заботиться о качественном обслуживании, об атмосфере и высоком качестве продукта!

– Да, именно. Мы не будем снижать цену следом за (following) конкурентами, **потому что** мы уверены в высоком качестве нашего обслуживания и нашего продукта.

**B.** Ответьте на вопросы, используя конструкцию /Answer the questions using the structure/ «потому что».

1. Как Вы считаете, почему компания Nike – лидер на рынке спортивной одежды?
2. Почему во время финансового кризиса главное конкурентное преимущество – это цена?
3. Почему после рекламной кампании популярность бренда увеличивается?

**B.** Работайте в парах. Спрашивайте и отвечайте по очереди. Для ответов используйте конструкцию «чтобы ...». /Work in pairs. Ask and answer each other. Use the structure «чтобы ...»./

**Пример:**

– Почему ты пьёшь так много кофе?

– Я пью так много кофе, чтобы быть бодрым. Я сегодня очень хочу спать.

**Вопросы:**

- Почему Вы заказали маркетинговое исследование?
- Зачем они летят в Россию?
- Почему Вы снизили цены на 10%?
- Зачем Вы купили помещение в центре города?
- Почему Вы так часто проводите тренинги для продавцов?

**Фразы в помощь:**

- Знать ситуацию на рынке и понять свои конкурентные преимущества.
- Встретиться с партнёрами и обсудить дальнейшее сотрудничество.
- Быть конкурентоспособными; стать лидерами в цене.
- Открыть ресторан. Это выгодное месторасположение.
- Держать качество обслуживания на высоком уровне.

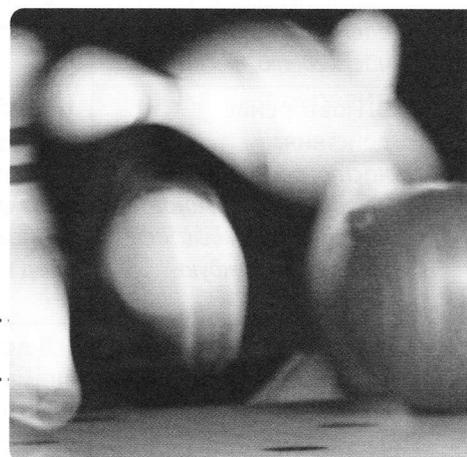
**Г.**  **11.5. Прослушайте и прочитайте диалог «Пробка на дороге. Телефонный разговор».**

- Алёна, я прошу прощения! Я опаздываю.
- Всё в порядке, Ричард, не беспокойтесь. Я могу Вас подождать какое-то время (*for some time*).
- Да? Это замечательно! Здесь пробка на дороге, и мы едем очень медленно.
- М-мм... Как Вы думаете, когда Вы можете подъехать (*come over*)?
- Трудно сказать. Может быть, через полчаса.
- Понятно... Тогда вот что – позвоните мне через 15 минут, если Вы всё ещё будете в пробке.
- Хорошо, я обязательно позвоню.
- Я могу Вас ждать ещё 30 минут, но не дольше.
- Спасибо, Алёна! Я надеюсь, что я буду у Вас в офисе через 30 минут.

**Д.** **Работайте в парах. Составьте диалог, аналогичный диалогу Г. Перескажите этот диалог. Поменяйтесь ролями. /Role-play the dialogue. Exchange parts./**

.....

.....



**«Социальные сети (мировой рынок)» в Приложении 4.**

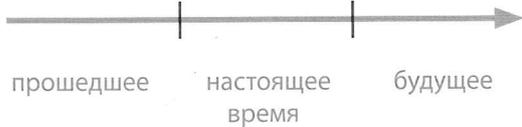
**ТЕКСТ:**

**А.** **Прочитайте текст и ответьте на вопросы.**

1. Какая из социальных сетей из ТОП-10 появилась первой? В каком году?
2. Жители какой страны пользуются социальными сетями чаще всего?
3. Какая выручка была у Facebook в 2009 году?
4. Какая соцсеть самая популярная в Рунете?
5. Какие прогнозы делает eMarketer относительно расходов на рекламу в соцсетях в мире?

**Б.** **Обсудите в парах.**

- Какими социальными сетями Вы пользуетесь? У Вас много друзей в соцсети? Как часто Вы заходите на сайт Вашей соцсети? Что Вам нравится, а что не нравится в виртуальном общении?
- Как Вы считаете, конкуренция между социальными сетями сильная или нет?
- Как Вы считаете, реклама в соцсетях эффективна?

<b>Несовершенный вид (НСВ)</b> The Imperfective aspect Акцент на процессе: <i>что делать?</i> 		<b>Совершенный вид (СВ)</b> The Perfective aspect Акцент на результате: <i>что сделать?</i> 	
Употребление и слова-индикаторы	Примеры	Употребление и слова-индикаторы	Примеры
1. Факт совершения действия	1. Она <b>работала</b> . 2. Я <b>отдыхаю</b> . 3. Он <b>будет писать</b> письмо.	-	-
2. Продолжительное действие, действие как процесс: <i>весь день, всю ночь, давно, долго, недолго, час, неделю, месяц, год ...</i>	1. Сегодня она <i>весь день писала</i> отчёт. 2. Я <i>давно читаю</i> эту книгу. 3. Они <b>будут обсуждать</b> проект всё утро.	2. Результат действия: <i>наконец, наконец-то, сразу, вдруг, всё, за 2 часа ...</i>	1. Она уже <b>написала</b> отчёт. 2. Я <b>прочитала</b> эту книгу за 3 дня. 3. Завтра они наконец-то <b>обсудят</b> проект.
3. Повторение действия: <i>часто, редко, обычно, всегда, никогда, иногда, много раз, каждый день/месяц/год, каждую неделю ...</i>	1. <i>Каждую неделю</i> я <b>покупаю</b> этот журнал. 2. <i>Обычно</i> она <b>не опаздывает</b> на работу. 3. <i>Иногда</i> мы <b>заказываем</b> обед в офис.	3. Акцент на точном количестве, уточнение	1. Сегодня я <b>купил две</b> газеты. 2. Она <b>опоздала</b> на работу <i>на полчаса</i> . 3. <i>Завтра</i> мы <b>закажем</b> обед в офис.
4. Одновременные, параллельные действия	1. Я <b>делал</b> отчёт и <b>обратил</b> внимание на статистику. 2. По утрам я <b>пью</b> кофе и я <b>читаю</b> новости. 3. Пока вы <b>будете читать</b> письмо, я <b>буду делать</b> кофе.	4. Последовательные действия	1. Пока ты <b>сделаешь</b> отчёт, <b>пройдёт</b> вечность! 2. Когда я <b>закончу</b> писать письмо, я <b>выпью</b> кофе.

**А. Несовершенный вид. Ответьте на вопросы полными предложениями.**

1. Что он сейчас делает? 2. Как давно Вы здесь работаете? 3. Как долго они гуляли вчера? 4. Как часто ты готовишь обед? 5. Он часто назначает встречи с клиентами? 6. Светлана часто опаздывает на собрания? 7. Как давно Вы пользуетесь услугами этой компании? 8. Как часто Вы звоните в технический отдел?

**Б. Совершенный вид. Ответьте на вопросы полными предложениями.**

1. Он прочитал договор? 2. Насколько выросли продажи после рекламной кампании? 3. Когда Вы позвоните господину Миронову? 4. Насколько повысили НДС в этом году? 5. Они узнали новости о конкурентах? 6. Где она организует встречу с партнёрами? 7. На какое время Вам назначили встречу? 8. Когда они заключили договор о поставках?

**В. Используйте правильный вид глагола в правильной форме.***/Use the verb of the required aspect and in correct form./*

1. Когда я вошла, он ..... в окно и ..... по телефону.  
(смотреть/посмотреть, говорить/поговорить)
2. Когда они ..... эту новость, они тоже .....  
цены на продукты. (знать/узнать, повышать/повысить)
3. Завтра она обязательно ..... этот объект и .....  
отчёт. (посещать/посетить, писать/написать)
4. Они регулярно ..... цены на тарифы и .....,  
что это нормально. (повышать/повысить, думать/подумать)
5. Я ..... на него и не мог ....., где я его видел  
раньше. (смотреть/посмотреть, понимать/понять)
6. Гаврилова уже неделю не ..... на мои звонки и не  
..... мои письма. (отвечать/ответить, читать/прочитать).

**Г. Используйте правильный вид глагола в правильной форме.***/Use the verb of the required aspect and in correct form./*

1. Вчера мы весь вечер ..... новую конкурентную стратегию.
2. Они лидеры на рынке, потому что всегда ..... конкурентов на один шаг.
3. Ему дали задание ..... информацию об этой компании.
4. В прошлую пятницу она ..... сделку с «Новым альянсом»  
в Нью-Йорке и подписала договор.
5. Завтра я ..... новое оборудование и оплату счёт.
6. Мы делаем всё возможное, чтобы ..... внимание покупателей к этой  
акции.
7. Сегодня я ещё не знаю решения совета директоров, пожалуйста,  
..... мне завтра.
8. Когда Вы ..... нам своё решение?
9. Фонд «Столетовы» традиционно ..... конференцию «Наука и  
бизнес» в городе Владимире.
10. Мы не можем ..... эту проблему вечно. Нам надо ..... это  
сегодня!
11. Когда ты наконец ..... отчёт о продажах?
12. Обычно на время этой рекламной акции они ..... цены на 20%.

- обсуждать – обсудить  
опережать – опередить
- собирать – собрать  
заключать – заключить
- заказывать – заказать  
привлекать – привлечь
- звонить – позвонить
- сообщать – сообщить  
проводить – провести
- решать – решить
- составлять – составить  
снижать – снизить

**Д.** Используйте правильный вид глагола в формах инфинитива, настоящего или прошедшего времени.

**1. Продавать/продать**

- В прошлом месяце конкуренты ..... товаров на сумму 5 тысяч евро.
- Мы ..... коллекцию прошлого сезона со скидкой 25%, но её плохо покупали.
- Они планируют ..... ресторан на улице Мира. Там слишком (=очень) большая конкуренция.

**2. Звонить/позвонить**

- Тебе ..... клиент и спрашивал о новых ценах. Позвони ему, пожалуйста.
- Я ..... партнёру каждый день.
- Коллега просил ..... ему в 16:00.

**3. Заказывать/заказать**

- Компания ..... маркетинговое исследование у рекламного агентства «Нова».
- Наш офис регулярно ..... обеды с доставкой.
- Сейчас очень популярно ..... товары через Интернет.

**4. Делать/сделать**

- Два раза в год наш магазин ..... распродажи.
- Он должен ..... задание до шести вечера.
- Обычно мы ..... скидки только для постоянных клиентов.

**5. Резервировать/зарезервировать**

- Компания ..... конференц-зал для семинара.
- – Добрый вечер! Мы ..... столик в вашем ресторане. – Да, пожалуйста, проходите.
- Нам надо ..... номер в гостинице.

**6. Организовывать/организовать**

- В следующем году бизнес-школа планирует ..... серию семинаров на тему «Конкуренция».
- Каждую неделю они ..... новый конкурс для покупателей.
- Концерн «Вега» ..... стажировку для студентов технических специальностей.

**7. Терять/потерять**

- Я очень спешу! Я не могу ..... время!
- Менеджер ..... ключи от кабинета и теперь ищет их.
- Он всё время что-нибудь .....

**8. Получать/получить**

- Раньше он ..... 50 писем в день, а сейчас ..... 150.
- Вчера мы ..... заказ вовремя.
- В следующем месяце они хотят ..... прибыль в 3 раза больше, чем в этом месяце.



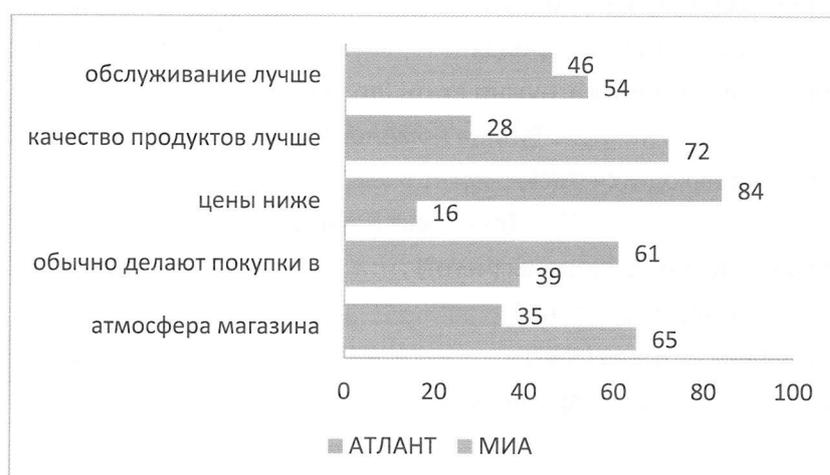
### Анкета «Конкуренты»

*Ситуация:* В городе есть 2 крупные сети супермаркетов – МИА и АТЛАНТ. Они конкурируют между собой за место лидера. Независимое маркетинговое агентство провело анкетирование: 100 жителей города попросили заполнить анкету с вопросами о супермаркетах.

#### Анкета «Конкуренты»

Вопрос	МИА	АТЛАНТ
В каком супермаркете Вам нравится делать покупки (атмосфера магазина)?	✓	
В какой магазин Вы обычно ходите за покупками?	✓	✓
Как Вы считаете, в каком супермаркете цены ниже?	✓	
В каком супермаркете качество продуктов лучше?	✓	
В каком магазине Вам нравится обслуживание?	✓	

#### Диаграмма «Результаты анкетирования»



**А.** Посмотрите анкету «Конкуренты» и диаграмму «Результаты анкетирования». Ответьте на вопросы.

1. В каком супермаркете атмосфера для покупок более приятная?
2. АТЛАНТ или МИА держит лидерство по цене?
3. Как считают респонденты, в каком магазине качество продуктов лучше?
4. Какие результаты получили в графе об обслуживании в магазинах?
5. В каком магазине покупки делают чаще?
6. Как Вы считаете, какой супермаркет более конкурентоспособен?

**Б.** Составьте аналогичную анкету для двух ресторанов-конкурентов.



**Объяснить, как найти ... (где находится?)**

/Explain how to find... (where is it?)/

**A. 11.6. Прослушайте и прочитайте фразы.**

поверните направо/налево на улицу – turn right/turn left to the street  
 идите прямо – go straight ahead  
 У нас назначена встреча – We set a meeting  
 мимо (чего? – Genitive) – past something  
 светофор – traffic lights  
 до перекрёстка – before the intersection  
 Там будет где поставить машину – There will be a place to park the car  
 парковка – parking  
 вход/выход – entrance/exit  
 вход с улицы ... – entrance from the street  
 на третьем этаже – on the 3rd floor

**B. Используйте Prepositional и Genitive. Закончите предложения.**

1. Офис нашей компании находится (где?) .....  
 ..... (центр города).
2. Чтобы попасть в тот магазин, нужно ехать (до чего?)  
 ..... (улица Ломоносова).
3. Торговый центр находится (где?) .....  
 ..... (проспект Южный).
4. Вход в салон красоты со стороны (чего?) .....  
 ..... (улица Строителей).
5. У меня назначена встреча (где?) .....  
 ..... (другая часть города).

**B. Работайте в парах. Прочитайте диалог два раза (меняйтесь ролями).**



*Куда?*

налево – on the left

направо – on the right

прямо – straight ahead

назад – back

*Где?*

позади – behind

впереди – in front

внизу – below

вверху – above

слева – at the left

справа – at the right

– Добрый день, Кевин! Это Марина. Как и планировала, я уже во Владимире.  
 – Здравствуйте, Марина. Как Ваши дела? Наша встреча сегодня остаётся в силе (is still in place)?  
 – Да-да. Я уже еду к Вам. Но у меня небольшая сложность. Я, кажется, заблудилась. Я уже где-то рядом с Вашим офисом. ...Это улица Мира, да, я сейчас на углу улиц Горького и Мира.  
 – Так. Вам нужно ехать прямо по улице Мира до перекрёстка Мира и Пушкина. На этом перекрёстке поверните направо. Это односторонняя улица. Сразу после поворота Вы можете искать место для парковки. Там должны быть свободные места. Вход в наше здание со стороны улицы Пушкина, справа.  
 – Спасибо, я постараюсь найти. Так, я сейчас уже стою на светофоре, и это перекрёсток улицы Мира и проспекта Свободы.  
 – Хорошо. Тогда следующий перекрёсток – это Мира и Пушкина. Вы почти на месте!  
 – Отлично. На каком этаже Ваш офис?  
 – На четвёртом. Слева от кафе.  
 – Спасибо!  
 – До встречи.  
 – До свидания!

**Г.** Работайте в парах. Составьте аналогичный диалог. Используйте материалы из таблицы и диалога. Объясните клиенту, которому назначена встреча у Вас в офисе, как Вас найти. /Explain to a customer who is meeting you in your office how to find you./

**Д.** Спросите, где находится...

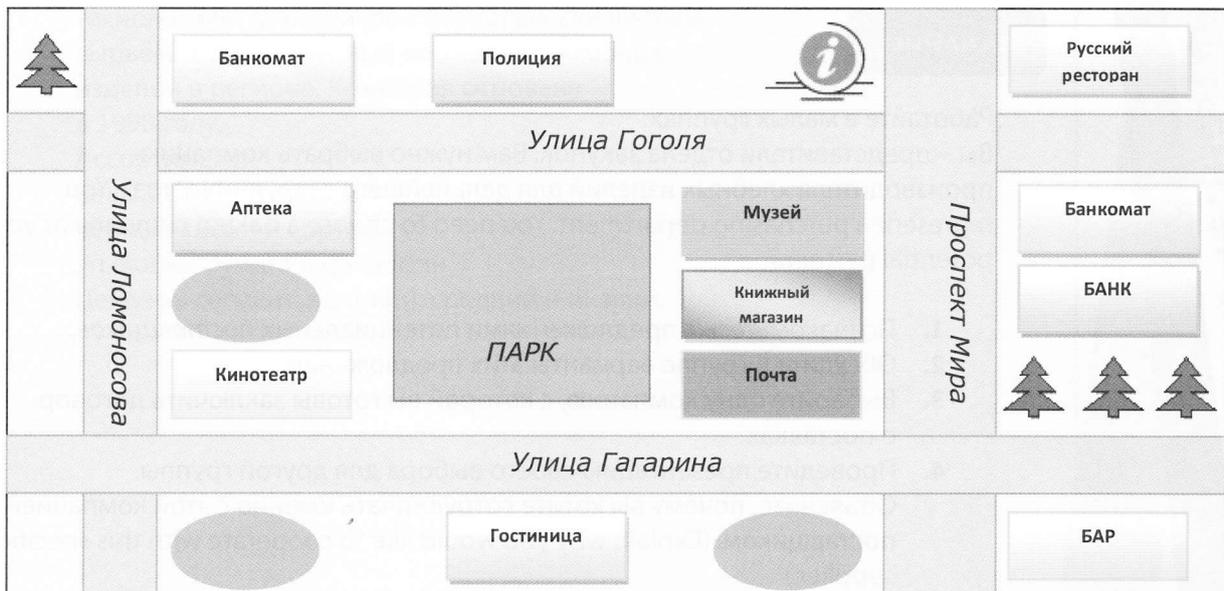
**Д.1.** Посмотрите на карту и ответьте.

1. Скажите, пожалуйста, где находится аптека?  
Аптека находится на углу (at the intersection of) улиц Ломоносова и Гоголя.
2. Где находится русский ресторан?  
Он находится .....
3. Где находится гостиница?  
Она находится .....
4. Где находится банк?  
Он находится .....
5. Где находится полиция?  
Она находится .....
6. Где находится книжный магазин?  
Он находится .....

**Д.2.** Посмотрите на карту и составьте диалог.

1. – Извините, здесь есть поблизости банкомат?  
– Да, один есть на улице Ломоносова, а другой – напротив музея.
2. – Извините, .....?  
– Да, ..... на улице .....
3. – Извините, .....?  
– Да, ..... на углу улиц .....
4. – Извините, .....?  
– Да, ..... на улице ..... рядом (next to) с офисом полиции.
5. – Извините, .....?  
– Да, ..... напротив (in front of) .....
6. – Извините, .....?  
– Да, ..... на улице .....

Банкомат
Аптека
БАНК
Полиция
Почта
Кинотеатр





### Компания «Добрый хлеб»

Эта компания работает по *принципу полного цикла* – от *выращивания* пшеницы и ржи (wheat and rye) на своих полях до производства хлебных изделий.

Фирма основана в 2005 году. Использует только экологически чистое зерно (grain) и не использует смеси (mixes).

Ассортимент:

белый хлеб – 5 сортов;

чёрный хлеб – 12 сортов.

Продукция «Доброго хлеба» отмечена (has been awarded) медалями на конкурсе «Экопродукт».

Упаковка: специально разработана для каждого из продуктов (материалы: бумага и целлофан).

Ценовой сегмент: средний и высокий.



поставщик – supplier

торговать = продавать – to trade, to sell  
принцип полного цикла – the principle of full cycle

выращивать / вырастить – to grow  
выращивание – cultivation, growing  
сырьё – raw material



### Компания «Суздальский хлебокомбинат»

Основана в 1975 году. Производит широкий ассортимент хлебных изделий. *Сырьё* для производства хлеба покупает у местных фермеров.

Ассортимент:

белый хлеб – 7 сортов;

чёрный хлеб – 3 сорта.

Упаковка: целлофан.

Ценовой сегмент: средний и низкий.

### Компания «Русское поле»

Это хлебозавод, который работает по высоким технологиям, в том числе с экологически чистым сырьём. Самый крупный *поставщик* хлебных изделий в регионе. Компания основана в 1998 году.

Ассортимент:

белый хлеб – 8 сортов;

чёрный хлеб – 8 сортов.

Упаковка: бумага и целлофан.

Ценовой сегмент: высокий, средний и низкий.

## Бренды

### Brands

#### РАЗДЕЛЫ:

ГРАММАТИКА

ДИАЛОГИ

НАВЫКИ

СИТУАЦИЯ

**Совершенный вид: типы формообразования. Будущее время глаголов НСВ и СВ**  
Imperfective verb: types of morphogenesis.  
The Future Tense of imperfective and perfective verbs

**В кафе, в ресторане**  
In a café, in a restaurant

**Анкета «Ребрендинг»**  
"Rebranding" form

**Творческая концепция**  
Creative concept



#### ДЛЯ НАЧАЛА:



**A.** 12.1. Прослушайте мнения и выскажите своё.  
Назовите, пожалуйста, основные характеристики бренда.

/Please name the main features of the brand./

**Валентина (сектор бизнеса: образовательные услуги):**

«Узнаваемость (brand awareness), доверие клиентов и цена».

**Дмитрий (сектор бизнеса: IT-технологии):** «Узнаваемость,

массовость и притягательность (appeal)».

**Ирина (сектор бизнеса: производство магнитов):** «Имя компании-производителя, наименование товара, фирменные этикетки (labels) и упаковка (packaging), слоган и реклама, которая оформлена (designed) согласно фирменному стилю компании».

**B.** Назовите бренды, которые Вам нравятся, для каждой из категорий.

- Автомобили: .....
- Журналы: .....
- Украшения (jewellery) или часы: .....
- Одежда: .....

**B.** Почему Вам нравятся именно эти бренды?

Для ответа можете использовать характеристики /use the following characteristics/:

хорошее качество	надёжность (reliability)	красота	дизайн
сервис	разнообразие (variety)	интересная информация	стиль



исследования рынка – market survey  
 пресс-релиз, сообщение для прессы – press release  
 продвигать / продвинуть – to promote  
 продвижение – promotion  
 образ торговой марки – trade mark  
 целевая аудитория – target audience  
 раскрутка бренда – brand promotion  
 исключение из правил –  
 exception from the rule  
 рекомендовать / порекомендовать –  
 to recommend

обычно – usually  
 как обычно – as usual  
 выбор потребителя – consumer choice  
 доверие клиента – customer trust  
 притягательность (fem.) – appeal  
 узнаваемость (fem.) – brand awareness  
 реклама – advertising  
 фирменный стиль – corporate style  
 изменение названия – name change  
 изменять / изменить название – to change  
 a name  
 заказывать / заказать – to order

**A.** 12.2. Прослушайте правильное произношение этих слов и повторяйте вслух. Читайте вслух.

**B.** Сопоставьте правильно предложения и их перевод на английский язык.

1. Первые результаты продаж новой коллекции были очень хорошие.
2. В сообщении для прессы говорилось о продаже акций холдинга.
3. Иногда бывают приятные исключения из правил.
4. Продвижением косметики «Чёрный жемчуг» на латвийский рынок будет заниматься рекламное агентство "N2".
5. Образ торговой марки должен быть положительным.

- a) Sometimes nice exceptions from the rule happen.
- б) Advertising agency #2 will be in charge of promoting "Black Pearls" cosmetics on the foreign markets.
- в) The first results of a new collection sales campaign are very good.
- г) The press release contained information about selling the holding company's stock.
- д) Trade mark should be associated with a positive image.

**B.** Дополните предложения фразами из словаря.



1. Это рекламное агентство занимается .....
2. В первую очередь мы всегда проводим .....
3. Изменение названия продукции усилило .....
4. .... – самое важное для компании-производителя.
5. После рекламной кампании ..... этого бренда выросла в 5 раз.
6. Арт-менеджер рекомендовал им ..... этого продукта.

**Г.** 12.3. Прослушайте правильные варианты предложений. Проверьте себя.



**A.** 12.4. Прослушайте и прочитайте диалоги. Ответьте на вопросы.

**1. Приглашение в кафе**

**Алёна:** – Хочу показать Вам одно очень уютное (*cozy*) кафе. Кроме того, там просто волшебная выпечка!

**Кевин:** – Выпечка? Что это?

– Выпечка – это пироги, пирожки, булочки. Выпечка может быть сладкой или солёной, с вареньем (джемом) или мясом. Вам обязательно нужно попробовать!

– Теперь понимаю! Да, в России очень вкусная выпечка. Я с удовольствием принимаю Ваше приглашение, Алёна.

**?: Что такое выпечка?**

**2. В кафе**

– Алёна, что Вы рекомендуете взять?

– Ой, Кевин, здесь всё очень вкусно! Однако (*however*) знаю, что мужчинам особенно нравится мясной пирог.

– Спасибо. Мясной пирог действительно выглядит очень аппетитно! (*It really looks very appealing!*) 😊

– А я возьму ватрушку.

– Ватрушка... Смешное название. 😊

– Да. А ещё есть кулебяка, расстегай, вареники и много других вкусных и добрых названий.

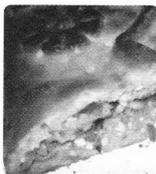
– Надеюсь (*I hope*), за этот мой приезд в Россию я успею «лично» познакомиться с этими персонами.

– Я позабочусь об этом. (*I'll take care of it.*) 😊 Что Вы будете пить?

– Кофе с молоком, пожалуйста.

– Хорошо. (Официанту) Будьте добры, мясной пирог, ватрушку, кофе с молоком и чёрный чай.

**?: Что заказали Алёна и Кевин в кафе?**



мясной пирог



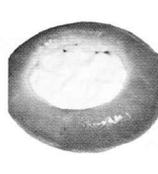
кулебяка



расстегай



вареники



ватрушка



щи

**3. В ресторане**

**Официант:** – Меню, пожалуйста.

**Кевин:** – Что Вы обычно заказываете?

**Алёна:** – Обычно на обед я беру суп или щи и какой-нибудь (*some*) салат. Мне этого достаточно, чтобы наесться (*to get full*). Мужчины обычно на обед берут также второе блюдо, например что-нибудь мясное.

**Кевин:** – Так. Надо подумать... Я хочу попробовать щи. И ещё возьму вот это (показывает в меню) – стейк из телятины (veal steak). И салат из свежих овощей.

**Алёна:** – Хорошо.

**Официант:** – Пожалуйста, что Вы решили?

**Алёна:** – Две порции шей, две порции салата из свежих овощей и также стейк из телятины для господина.

**Официант:** – Что Вам принести из напитков?

**Кевин:** – Минеральную воду без газа, пожалуйста.

**Алёна:** – Мне тоже негазированной минеральной воду.

**Официант:** – Спасибо за заказ.

! курица – chicken  
индейка – turkey  
говядина – beef  
свинина – pork  
телятина – veal  
баранина – lamb  
рыба – fish  
морепродукты – see fruits

**?: Что они заказали в ресторане?**

**Б. Ответьте на вопросы.**

1. Вам нравится выпечка? Если да, то что из выпечки Вы особенно любите?
2. Какие национальные блюда есть в Вашей стране?
3. Что Вы обычно заказываете на обед в ресторане у себя в стране?
4. Что Вы обычно берёте из напитков во время обеда в кафе/ресторане?
5. В Вашей стране принято оставлять чаевые официанту? (Is it customary to leave tips to a waiter?) Если да, то сколько?

**В. Работайте в парах. Составьте 2 диалога:**

**1. В кафе.**

**2. В ресторане.**

Представьте, что один из вас – гость из России, а другой пригласил его в ресторан в своей стране.

.....  
.....  
.....  
.....

**Совершенный вид: типы формообразования**  
/Imperfective Verb: types of morphogenesis/

**ГРАММАТИКА 1:**



Тип формообразования	Примеры
<b>1. Префикс</b> по-, про-, при-, на-, вы-, за-, с-, у-, до- ...	смотреть / <b>п</b> осмотреть писать / <b>н</b> аписать знать / <b>у</b> знать
<b>2. Суффикс</b> -а => -и- -ну- -ва-, -ива-/-ыва-  Трансформация основы	снижать / снизить отдыхать / отдох <b>н</b> уть обсуждать / обсу <b>д</b> ить заказыв <b>а</b> ть / заказать  переводить / перевести
<b>3. Разные формы</b>	говорить / сказа <b>т</b> ь искать / най <b>т</b> и брать / взя <b>т</b> ь класть / поло <b>ж</b> ить

префикса (по-, на-, про-, у-, за-, при-, вы-).

**Пример:** Он ..... (читать – НСВ) отчёт за 5 минут.

– Он прочитал (СВ с префиксом «про-» в прошедшем вр.) отчёт за 5 минут.

1. Сегодня утром мы ..... (завтракать) в кафе «Виктория».
2. Он ..... (читать) письмо и сразу ..... (писать) ответ.
3. Я ..... (слышать) музыку и ..... (знать) эту мелодию.
4. Вчера мы ..... (платить) за аренду офиса. 5. На прошлых выходных у нас были гости, и он ..... (готовить) вкусный ужин. 6. Мы ..... (думать) и решили не подписывать договор на таких условиях. 7. «БелСтрой» ..... (строить) этот мост за 6 месяцев. 8. После подписания контракта партнёры ..... (пить) шампанского.



Глаголы СВ с префиксом **по-** обозначают кратковременное действие (denote actions of short duration)!

**Примеры:**

Он *попил* кофе и начал работать.  
Вчера мы немного *посидели* в кафе.

**Б. НСВ -> СВ с префиксом по-. Обратите внимание, как меняется значение глагола.**

**Пример:** Утром мы *гуляли* в парке, потом пошли домой.

Утром мы *погуляли* в парке, потом пошли домой.

1. В субботу они *играли* в теннис и потом пошли *обедать*.
2. После собрания мы остались в конференц-зале и *говорили* о результатах.
3. Мне нравится *быть* дома и *читать* книгу.
4. На встрече мы *обсудили* договор.
5. Она хотела *сходить* на концерт и *слушать* живую музыку.
6. Вечером они *смотрели* фильм и потом *сидели* в кафе.

**В. Суффикс. Образуйте глагол СВ в прошедшем времени с помощью суффикса (-и-, -а-).**

1. Компания «Новый мир» ..... (решать) открыть свой филиал в Мюнхене. 2. Вчера они ..... (отправлять) 25 посылок благотворительной помощи (charity support). 3. Наконец-то мы ..... (получать) ответ из Индии о начале производства одежды. 4. Нас ..... (поздравлять) с подписанием договора. 5. Мы ездили в Нью-Йорк и ..... (заключать) там выгодную сделку.
6. «Бифлай» ..... (изменять) свой фирменный стиль. 7. Менеджер ..... (заказывать) партию товара из Франции. 8. Сегодня она проспала и ..... (опаздывать) на работу.

**ГРАММАТИКА 2:**



**Будущее время для глаголов НСВ и СВ**  
/The Future Tense of Imperfective and Perfective Verbs/

Будущее время	
<b>Несовершенный вид (НСВ)</b> <b>Imperfective</b> Глагол НСВ указывает на действие, которое <b>начнётся</b> в будущем	<b>Быть (в форме будущего времени) + инфинитив НСВ</b> 1. Завтра я <b>буду писать</b> ответ на письмо. 2. Они <b>будут звонить</b> мне через час. 3. Сегодня вечером мы <b>будем делать</b> отчёт.
<b>Совершенный вид (СВ)</b> <b>Perfective</b> Глагол СВ указывает на действие, которое <b>начнётся и закончится</b> в будущем	<b>Глагол СВ в форме будущего времени</b> 1. Завтра я <b>напишу</b> ответ на письмо. 2. Они <b>позвонят</b> мне через час. 3. Сегодня вечером мы <b>сделаем</b> отчёт.

**Г. Будущее время: НСВ -> СВ.**

**Пример:** Завтра я буду звонить в банк. -> Завтра я позвоню в банк.

1. Николай будет учить китайский язык (*учить / выучить*).  
.....
2. Через неделю мы будем делать рекламную кампанию в Интернете.  
(*делать / сделать*) .....
3. Они будут разрабатывать фирменный стиль для нашей компании.  
(*разрабатывать / разработать*) .....
4. Виктор будет рекомендовать на эту должность господина Алексева.  
(*рекомендовать / порекомендовать*) .....
5. Где Вы будете встречаться завтра? (*встречаться / встретиться*)  
.....
6. Завтра мы будем обсуждать условия сотрудничества. (*обсуждать / обсудить*) .....
7. Новое оформление витрин будет привлекать внимание клиентов.  
(*привлекать / привлечь*) .....
8. На следующей неделе я буду составлять коммерческое предложение для компании «Витамин». (*составлять / составить*)  
.....

**Д. Настоящее время НСВ -> будущее время СВ. Задайте вопрос.**

**Пример:** Ирина *составляет* коммерческое предложение.

– Что Ирина будет делать, когда она *составит* коммерческое предложение?

1. Коллеги *поздравляют* Марину.
2. Я *смотрю* прайс-листы конкурентов.
3. Владимир *звонит* по телефону.
4. Он *заказывает* пиццу.
5. Виктор *резервирует* столик в ресторане.
6. Фирма *изменяет* название продукта.
7. Антонина *пишет* ответ на письмо.
8. Они *посещают* семинар.
9. Руководство *решает* важные вопросы.
10. Ты *рекомендуешь* этого кандидата.
11. Вы *получаете* факс от поставщика.
12. Мы *покупаем* завод в Швеции.

**«Самый русский бренд» в Приложении 4.**

ТЕКСТ:

**А. Прочитайте текст и ответьте на вопросы.**

1. После какого события матрёшка получила мировое признание и славу?
2. Какую награду получила матрёшка в 1900 году?
3. От какого имени появилось название игрушки? Что оно означает?
4. Символом чего является матрёшка?
5. О каком поверье рассказывается в статье?

**Б. Обсудите в группе.**

1. Нравятся ли Вам матрёшки? У Вас дома есть матрёшка?
2. Какие российские бренды Вы ещё знаете?
3. Какие ассоциации у Вас связаны со словами «Россия», «русский продукт»?
4. Какие ожидания у Вас есть по отношению к российским маркам?



**А.** Ответьте на вопросы анкеты. Затем сравните ваши ответы и ответы ваших партнёров по группе. Обсудите ваши ответы.

**АНКЕТА: КОМПОНЕНТЫ БРЕНДИНГА**

**1. Что самое главное в брендинге компании?**

- а) стильный логотип
- б) слоган
- в) грамотная (competent) рекламная кампания

**2. Как Вы относитесь к бренду своей компании?**

- а) Вы хотели бы провести ребрендинг
- б) считаете бренд Вашей компании сильным и современным
- в) он такой, какой есть, – вот и всё

**3. Что может стать причиной ребрендинга?**

- а) усиление конкуренции
- б) устаревание (obsolescence) бренда
- в) значительное (significant) снижение продаж

**4. Как часто нужно проводить ребрендинг?**

- а) раз в три года
- б) раз в пять лет
- в) раз в семь лет

**5. Главный показатель хорошего брендинга – это ...**

- а) высокая узнаваемость (brand awareness) бренда компании
- б) рост продаж
- в) увеличение доли рынка

**6. С чего для Вас начинается сильный бренд?**

- а) с качества продукта или услуги
- б) с высокого уровня обслуживания
- в) с обширной (extensive) рекламной кампании

**Б.** Дополните диалог. Прочитайте диалог по ролям.

цветов	бюджет	фирменный стиль
целевой аудитории	добрый день!	

**Елена (креативный директор рекламного агентства):** – Ольга, .....  
.....! Рада Вас видеть!

**Ольга (директор по маркетингу сети магазинов для молодёжи):** – Добрый!  
Я встречалась с директором нашей компании, и мы говорили с ним о ребрендинге наших магазинов.

**Елена:** – Очень хорошо. Что Вы хотите изменить? Какое настроение хотите передать Вашей .....

**Ольга:** – Мы решили, что наш ..... нёсколько (примечание: в значении «немного») устарел. Мы хотим изменить наш логотип, стиль оформления магазинов: витрины, интерьер, форму продавцов. Хочется добавить динамики, экспрессии, больше ярких .....

**Елена:** – На какой ..... этого проекта Вы рассчитываете?

**Ольга:** – Этот вопрос я и хотела сегодня обсудить с вами в первую очередь.

**В.**  12.5. Прослушайте правильный вариант диалога. Проверьте свои ответы.



## Creative concept



### ЗАДАНИЕ:

Разделитесь на 3 группы.

1. Выберите для себя одну из трёх компаний. Придумайте название, лого и слоган.
2. Сделайте презентацию своей компании для остальных групп.

#### Описание компании 1:

Компания занимается разработкой и продажей программного обеспечения (software), а также рекламой и PR в Интернете. Филиалы компании открыты в Москве, Милане и Лондоне. В каждой стране свой штат программистов. Компания работает 2 года.

#### Ценности компании:

1. Уважение приоритетов клиента;
2. Уважение любой творческой идеи;
3. Командная работа.

#### Описание компании 2:

Компания занимается выращиванием и продажей оптом и в розницу цветов. Место расположения компании: Россия, Санкт-Петербург.

Ассортимент цветов компании: розы, тюльпаны, гвоздики, хризантемы, нарциссы, подсолнухи.

Компания работает с 1998 года.

#### Ценности компании:

1. Высокое качество продукции (свежесть цветов);
2. Внимательное отношение к клиенту.

#### Описание компании 3:

Международная языковая школа. Основана в 2008 году. Филиалы школы есть в 15 странах.

Языки, которые можно изучать в этой школе:

английский, русский, немецкий, итальянский, французский, испанский, финский, норвежский, датский, чешский, польский.

Языковые курсы предлагаются для взрослых и детей.

#### Ценности компании:

1. Высокое качество преподавания и учебных материалов;
2. Время клиента, которое он тратит на изучение иностранного языка;
3. Стремление (striving) сделать процесс обучения максимально интересным и эффективным.

# Повторение Г (темы 10, 11, 12)

## Revision Г (topics 10, 11, 12)

### СЛОВАРЬ:



### 10. Рынок

**А. Найдите здесь слова из словаря темы 12. Слова могут быть написаны по вертикали и по горизонтали. Всего в поле спрятано 12 слов.**



М	А	Р	Ж	А	Е	Т	У	Т	У	О
Ф	Ы	П	Р	П	Р	И	Б	Ы	Л	Ь
А	П	Р	О	И	А	Р	Ы	Н	О	К
Ы	С	Е	Г	М	Е	Н	Т	А	Ш	З
У	К	Н	Г	П	Е	Н	О	Ц	Е	Р
Э	К	С	П	О	Р	Т	К	Е	П	Е
В	П	О	Д	Р	Д	Ж	Э	Н	И	Г
Я	С	М	О	Т	Ч	Ё	Т	К	Т	И
И	Т	Ь	Х	Ь	Б	Ю	Ш	А	Ь	О
Н	А	Л	О	Г	И	П	Р	О	Ш	Н
К	Н	Г	Д	Г	Ш	А	Р	Л	Д	К

**Б. Переведите вопрос на русский язык и ответьте на него/**

1. What is Value Added Tax in your country? .....
2. Which price segment does your company focus on? .....
3. Does your company work on foreign markets? .....
4. Which products does your country export? .....

### ГРАММАТИКА:



**Степени сравнения имён прилагательных.**

**А. Напишите предложения со следующими прилагательными в сравнительной степени:** *продуктивный, уверенный, эффективный, лёгкий, трудный, плохой.*

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....
5. ....
6. ....

**Б. Превосходная степень: самый + прилагательное. Напишите предложения со словами: короткий срок; высокая оценка; большое достижение (the big achievement); хороший результат; низкие показатели; строгое правило (the strictest rule) в превосходной степени.**

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....
5. ....
6. ....

**В. Ответьте на вопросы так, чтобы в ответе обязательно использовалась форма сравнения.**

1. Где Вам больше нравится – в городе или в деревне?
2. Какие иностранные языки Вы знаете и какой лучше/свободнее?
3. Как Вы считаете, изучать русский язык легко?
4. Во сколько Вы обычно идёте спать? Такой режим у Вас был всегда?
5. Сегодня погода такая же, как вчера?
6. Я слышала, что Андрей немного приболел (has been sick a bit). Как он чувствует себя сейчас?

## 11. Конкуренция

**Как часто... ?**

**А. Работайте в парах. Составьте вопросы друг для друга, используйте слова: часто, никогда не, иногда, редко, один раз в неделю (once a week), каждый день.**

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....
5. ....
6. ....

ДИАЛОГИ:



**Виды глаголов**

ГРАММАТИКА:

**А. Используйте правильный вид глагола в правильной форме.**

1. Мы очень долго ..... специалиста на эту должность и наконец нашли!
2. На прошлой неделе его ..... руководителем отдела финансов.
3. Вчера она ....., что не будет заказывать новую партию у этого поставщика.
4. Наконец мы ..... уникальную возможность поучаствовать в этом конкурсе.
5. Они ..... компьютерную технику со скидкой 25%.
6. Сегодня я занята, я ..... нашего партнёра из России в аэропорту.

искать – найти

назначать – назначить

говорить – сказать

получать – получить

продавать – продать

встречать – встретить

**Б. Используйте правильный вид глагола в правильной форме.**



1. Если мы ..... деньги на этот депозит, то через год мы ..... хорошие дивиденды. (*класть/положить, получать/получить*)
2. За прошлый год компания «Вега» ..... 34 тысячи тонн продукции, а в этом году она ..... произвести на 10% больше. (*производить/произвести, планировать/запланировать*)
3. Консультанты ..... нам перевести деньги в другой банк, и мы это уже ..... (*советовать/посоветовать, делать/сделать*).

**ДИАЛОГИ:**



**Объяснить, как найти...**

**Работайте в парах. Объясните друг другу, как найти Ваш офис. Представьте, что Вы едете на машине.**

Используйте слова:

- |                                      |                               |
|--------------------------------------|-------------------------------|
| поверните направо/налево на улицу... | светофор                      |
| нужно ехать прямо                    | ехать до перекрёстка          |
| у нас назначена встреча              | парковка                      |
| мимо (чего? – Genitive)              | на третьем ... (втором) этаже |

**12. Бренд**

**А. Дополните предложения.**

1. Я считаю, что главное свойство сильного бренда – это .....
2. Специалист по рекламе рекомендует нам ..... продукта.
3. Наша ..... – это молодые люди в возрасте от 16 до 20 лет.
4. .... – это двигатель торговли.
5. Мы должны создать положительный .....
6. .... я хожу обедать в кафе напротив.
7. – Кто занимается .....? – В нашей компании это делает PR-менеджер.
8. – Что для вас самое важное в общении с клиентом? – Самое главное – это сохранить .....

**12.7. Прослушайте правильные варианты предложений. Проверьте свои ответы.**

**А. Образуйте глаголы СВ и составьте с ними предложения в прошедшем или будущем времени.**

**А1. Суффиксы: -и-, -а-**

**Пример:** составлять – составить.....  
Сегодня я составила план реализации продукции.



1. обеспечивать – .....
2. выигрывать – .....

**СЛОВАРЬ:**



**ГРАММАТИКА:**



3. проигрывать – .....
4. сообщать – .....

**A2. Префиксы: за-, у-, по-**

1. платить – .....
2. знать – .....
3. работать – .....
4. рекомендовать – .....

**Б. Прочитайте мнение о мотивации одного менеджера по продажам из компании-дилера женской косметики. В тексте есть 5 ошибок в использовании глаголов, найдите их.**



**Алексей:** «Я работаю в сфере продаж уже лет 7. За это время я точно понять для себя, что нет лучшей мотивации, чем денежная. Даже условия работы могут был трудными, но, когда ты получаешь своё вознаграждение (reward), все трудности забываются. Конечно, приятно, когда ещё что-то плюсом получать, например бесплатный абонемент в спортивный клуб, но это уже второстепенно. Когда есть система финансовых бонусов, я знал, какие цели ставить, знаю, что я получим, если добьюсь (achieve) определённых результатов продаж. Так проще и понятнее».

**В.  12.8. Прослушайте правильный вариант текста. Проверьте свой ответ.**

Итоговая игра по темам 1–12

---

**Игра «Деньги, деньги, деньги!»**

Для игры вам нужны игральный кубик и фишки. Игровое поле на с. 146.

**Правила:** каждый игрок выбирает свою фишку и ставит её на «Старт». Игроки по очереди бросают кубик. Сколько баллов выпало на кубике, на столько шагов игрок двигает свою фишку вперёд. Игрок берёт карточку «Словарь» или «Грамматика» (Они находятся в конце книги, Приложение 3. Карты следует вырезать заранее.) или рассказывает небольшую историю.

Если игрок ответил на задание, он «зарабатывает» сумму денег, которая указана на этом поле.

Игра заканчивается, когда все фишки пересекут «Финиш». Выиграл тот игрок, у которого больше всего денег.

**На каждый ответ даётся не больше 40 секунд!**

You need a dice and dib stones. The playfield is on the page 146.

**Rules:** each student chooses his/her dib stone and puts it on the "Start". The participants roll dice. The number on the dice tells the player how far he/she should move the dib stone forward. The player takes the card "Grammar" or "Dictionary" (See «Appendix 3». You should cut out these cards beforehand.) or tells a short story. If a player successfully performs the task, he/she "earns" a sum of money which is shown on the playfield.

The game is over when all the dib stones cross the "Finish". The participant who "earned" most is the winner.

**You have no more than 40 second for each answer!**

## Игра «Деньги, деньги, деньги!»

<b>30</b> Расскажите: что Вы обычно заказываете в ресторане? <b>250 евро</b>	<b>31</b> Карта «Словарь» <b>100 евро</b>	<b>32</b> Карта «Грамматика» <b>250 евро</b>	<b>33</b> Карта «Словарь» <b>150 евро</b>	<b>ФИНИШ</b> Поздравляем! Вы выиграли <b>500 евро!</b>
<b>29</b> Карта «Словарь» <b>300 евро</b>	<b>28</b> Карта «Грамматика» <b>100 евро</b>	<b>27</b> Расскажите: основные характеристики бренда. <b>250 евро</b>	<b>26</b> Отдайте <b>300 евро</b> соседу слева!	<b>25</b> Карта «Грамматика» <b>250 евро</b>
<b>20</b> Отдайте <b>100 евро</b> каждому игроку!	<b>21</b> Расскажите: какие конкурентные преимущества есть у Вашей компании? <b>200 евро</b>	<b>22</b> Карта «Словарь» <b>400 евро</b>	<b>23</b> Карта «Грамматика» <b>150 евро</b>	<b>24</b> Карта «Словарь» <b>200 евро</b>
<b>19</b> Карта «Словарь» <b>300 евро</b>	<b>18</b> Карта «Грамматика» <b>150 евро</b>	<b>17</b> Вы выиграли <b>1000 евро!</b>	<b>16</b> Карта «Грамматика» <b>250 евро</b>	<b>15</b> Расскажите: Чем занимается Ваша компания? <b>200 евро</b>
<b>10</b> Расскажите: Ваш любимый вид спорта. <b>300 евро</b>	<b>11</b> Карта «Словарь» <b>100 евро</b>	<b>12</b> Карта «Грамматика» <b>200 евро</b>	<b>13</b> Карта «Словарь» <b>400 евро</b>	<b>14</b> Каждый игрок даёт Вам <b>200 евро!</b>
<b>9</b> Сосед справа отдаёт Вам <b>500 евро!</b>	<b>8</b> Карта «Грамматика» <b>200 евро</b>	<b>7</b> Расскажите: Ваши планы на следующую неделю. <b>300 евро</b>	<b>6</b> Карта «Грамматика» <b>250 евро</b>	<b>5</b> Карта «Словарь» <b>350 евро</b>
<b>START</b>	<b>1</b> Карта «Грамматика» <b>300 евро</b>	<b>2</b> Карта «Словарь» <b>200 евро</b>	<b>3</b> Расскажите: Ваше хобби; что Вы делаете в свободное время. <b>250 евро</b>	<b>4</b> Карта «Грамматика» <b>100 евро</b>