

**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ.
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОЕКТЫ И ИННОВАЦИИ ДЛЯ ПОСТУПАЮЩИХ В
МАГИСТРАТУРУ ПО КОНКУРСНОЙ ГРУППЕ «РЕАЛИЗАЦИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ
БИЗНЕС-ПРОЕКТОВ»**

Физтех-школа Игоря Рыбакова

Регламент проведения

Вступительное испытание будет состоять из письменной части, решение практических заданий продолжительностью 1,5 астрономических часа.

Письменная часть выполняется дистанционно с помощью системы прокторинга. По умолчанию, время начала практической части – 10:00. В случае, если в расписании экзаменов сдача экзамена по специальности растянута на несколько дней, письменная часть проходит только в первый из указанных дней. Пользоваться другими электронными устройствами запрещено. Разрешается использовать рукописные бумажные материалы (но не распечатки или ксерокопии) объемом не более 48 листов формата А5. По окончании письменной части экзамена абитуриентам, явившимся на неё, рассылается информация о времени и месте проведения устной части. В случае, если абитуриент, не явившийся на письменную часть, желает сдать устную часть, ему необходимо самостоятельно связаться с приемной комиссией физтех-школы до 14:00 даты экзамена, если экзамен проходит в один день или до 18:00 первого дня экзамена, если экзамен растянут на несколько дней. В противном случае ссылка на устную часть не высылается и абитуриент, не явившийся на письменную часть, считается в целом не явившимся на экзамен по специальности.

Процедура проведения вступительного испытания

Вступительное испытание по специальности включает в себя:

1. письменный тест по основным темам.

Письменная часть длится час, состоит из 4 блоков, в каждом из которых будет 10 заданий. На каждый блок отводится 20 минут.

Программа вступительного испытания

1. Письменный тест по основным темам

Экономика. Основные понятия

1. Понятие рынка.
2. Функции денег.
3. Понятие инвестиций.
4. Понятие инноваций.
5. Активы организации, основные виды.
6. Основные средства, показатели эффективности использования основных средств.
7. Нематериальные активы.
8. Оборотные средства организации.
9. Понятие экономической прибыли.
10. Понятие рентабельности.
11. Доходы организации: понятие и классификация.

12. Расходы организации: понятие и классификация.
13. Бизнес-план и его структура.
14. Безубыточность деятельности организации.
15. Конкурентоспособность организации.

ПРИМЕРЫ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ

- 1) Экономическая прибыль определяется как разность между:
 - a) выручкой и внешними издержками;
 - b) выручкой и всеми издержками;
 - c) выручкой и нормальной прибылью.
 - d) прибылью и всеми издержками

- 2) Основной целью коммерческой организации является ...
 - a) создание рабочих мест
 - b) получение прибыли
 - c) удовлетворение общественных потребностей
 - d) производство продукции, работ, услуг

- 3) Субъектами предпринимательской деятельности являются ...
 - a) индивидуальные предприниматели без государственной регистрации
 - b) физические лица
 - c) юридические лица и индивидуальные предприниматели
 - d) покупатели

- 4) Компания, владеющая контрольными пакетами акций или долями в паях других компаний с целью контроля и управления их деятельностью, называется ...
 - a) ассоциацией
 - b) корпорацией
 - c) холдинговой
 - d) концерном

- 5) К материальным компонентам оборотных средств относят:
 - a) дебиторскую задолженность
 - b) денежные средства
 - c) финансовые вложения
 - d) запасы

- б) К реальным инвестициям относят вложения в ...
 - a) облигации
 - b) основной капитал
 - c) акции
 - d) нематериальные активы

Литература:

1. Экономика организации: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Колышкин [и др.] ; под редакцией А. В. Колышкина, С. А. Смирнова. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 498 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06278-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474223> (дата обращения: 29.10.2021).

2. Экономика организации : учебник для среднего профессионального образования / Е. Н. Клочкова, В. И. Кузнецов, Т. Е. Платонова, Е. С. Дарда ; под редакцией Е. Н. Клочковой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 382 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13799-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469692> (дата обращения: 29.10.2021).
3. Скобкин, С. С. Экономика организации в гостиничном сервисе : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 373 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09811-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475149> (дата обращения: 29.10.2021).
4. Магомедов, А. М. Экономика организации : учебник для среднего профессионального образования / А. М. Магомедов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 323 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07155-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/473645> (дата обращения: 29.10.2021).
5. Барышникова, Н. А. Экономика организации : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. А. Барышникова, Т. А. Матеуш, М. Г. Миронов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 184 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12885-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468317> (дата обращения: 29.10.2021).

Менеджмент

1. Сущность и содержание понятия «менеджмент».
2. Методы менеджмента.
3. Историческая периодизация менеджмента.
4. Школы менеджмента.
5. Типы организационных структур управления.
6. Управление персоналом как подсистема менеджмента. Современная концепция управления персоналом.
7. Базовая модель управления персоналом.
8. Инструменты управления персоналом в современных организациях.
9. Процесс принятия управленческих решений.
10. Оценка качества управленческих решений.

ПРИМЕРЫ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ

- 1) Административные методы управления:
 - a) Методы менеджмента, основанные на способах активного воздействия на сознание работников и осуществляющие моральное стимулирование трудовой деятельности.
 - b) Методы менеджмента, основанные на способах воздействия на организационные отношения посредством прямых директивных указаний.
 - c) Методы менеджмента, которые применяются для повышения эффективности воспитательной работы в коллективе.
 - d) Основаны на самофинансировании и хозяйственном расчете.
- 2) Объекты стратегического менеджмента:
 - a) Предприятие в целом, стратегическая единица бизнеса, функциональная зона предприятия.
 - b) Производственные мощности предприятия, производственные процессы.
 - c) Персонал предприятия, организационная культура.
 - d) Инновации и инвестиции.
- 3) Значение миссии предприятия:

- a) Роль миссии предприятия состоит в том, что она ориентирует в едином направлении интересы и ожидания тех людей, которые воспринимают предприятие изнутри, и тех, кто воспринимает его извне.
 - b) Значение миссии состоит в определении конечных результатов деятельности предприятия за определенный промежуток времени.
 - c) Роль миссии заключается в разработки системы правил функционирования предприятия.
 - d) Миссия служит нормативным обеспечением деятельности предприятия.
- 4) SMART-анализ целей:
- a) Оценка целей на предмет их качества.
 - b) Анализ финансовой реализуемости целей.
 - c) Анализ количественных параметров целей.
 - d) Анализ стратегических целей предприятия.
- 5) Метод SWOT-анализа:
- a) Предусматривает анализ политико-правовых, экономических, социокультурных и технологических факторов.
 - b) Включает анализ сильных и слабых сторон организации, возможностей и угроз со стороны внешней среды.
 - c) Предусматривает комплексный анализ сильных и слабых сторон организации.
 - d) Включает инструментарий анализа отраслевой среды.
- б) Факторы внешней макросреды организации:
- a) Экономические, политико-правовые, научно-технические, социально-культурные факторы.
 - b) Поставщики, потребители, конкуренты.
 - c) Контактные аудитории, посредники.
 - d) Дилеры, торговые представители, брокеры.
- 7) Формы финансовой отчетности организации:
- a) Внутренняя отчетность бухгалтерского управленческого учета.
 - b) Отчет о движении денежных средств.
 - c) Сведения о движении ценных бумаг и доходов по ним по секторам экономики.
 - d) Сведения о движении средств в иностранной валюте.
- 8) Затратные методы ценообразования:
- a) Включают метод паритета с конкурентами.
 - b) Включают метод с ориентацией на ценностную значимость товара.
 - c) Включают метод средние издержки плюс прибыль.
 - d) Включают рыночные методы ценообразования

Литература:

1. Иванова, И. А. Менеджмент: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 305 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-7906-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491094> (дата обращения: 21.10.2022).
2. Магомедов, А. М. Менеджмент: учебник для среднего профессионального образования / А. М. Магомедов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 323 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07155-9
3. Менеджмент : учебник для среднего профессионального образования / Ю. В. Кузнецов [и др.] ; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 448 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02995-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492037> (дата обращения: 21.10.2022).

4. Экономика фирмы (организации, предприятия): учебник / под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, проф. Т.Г. Попадюк, проф. Б.Н. Чернышева. — 2-е изд. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2022. — 296 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-9558-0294-7
5. Фридман, А. М. Менеджмент: учебник / А.М. Фридман. — Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2022. — 239 с. — (Среднее профессиональное образование). — DOI: <https://doi.org/10.12737/1705-0>. - ISBN 978-5-369-01729-6.

Маркетинг

1. Современный маркетинг: актуальные концепции и эффективные инструменты.
2. Понятие маркетинга.
3. Маркетинг как создание ценности для потребителя.
4. Потребительское поведение.
5. Создание ценности для потребителя.
6. Различные роли покупателя.
7. Факторы, влияющие на принятие решения о покупке.
8. Удовлетворенность и лояльность клиентов.
9. Понятие маркетингового исследования.
10. Этапы маркетингового исследования.
11. Маркетинговый эксперимент.
12. Ценовая политика.
13. Методы и стратегии ценообразования.
14. Ценообразование, ориентированное на конкуренцию.
15. Ценообразование, ориентированное на спрос.
16. Ценностный подход.
17. Факторы, влияющие на формирование ценовой стратегии.
18. Ценовые исследования.

ПРИМЕРЫ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ

- 1) Эффект массовой коммуникации, при котором происходит удовлетворение от информации, поддерживающей цели и ценности социальной группы:
 - a) Утилитарный
 - b) престижный
 - c) усиление позиций
 - d) комфорта
2. Специалист, ответственный за налаживание успешных и плодотворных связей компании с органами государственной власти – это:
 - a) бренд-менеджер
 - b) экаунт-менеджер
 - c) GR-менеджер
 - d) IR-менеджер
3. Медиабит – это...
 - a) пакет документов и материалов для СМИ
 - b) пресс-релиз
 - c) фоновый материал
 - d) публикация, информационным поводом к которой является позитивный или негативный опыт потребления продукта или услуги компании

4. Главная задача _____ – сделать образ той или иной организации, руководителя привлекательным для групп общественности
- имиджмейкинга
 - медиа-релейшнз
 - регулирования конфликтов
 - лоббистской деятельности
5. Укажите неверный ответ. Функции рекламного агентства:
- осуществление медиапланирования
 - организация тендеров между рекламными агентствами на право вести рекламные кампании рекламодателя
 - выполнение роли посредника между рекламодателем и потребителем рекламных услуг
 - разработка рекламных кампаний
6. Медиапланом называется:
- составные элементы маркетингового плана, которые определяют позицию предприятия
 - таблица, содержащая перечень наименований товаров, их краткую характеристику и стоимость каждого товара
 - отражение основных этапов развития товара с момента разработки до ухода с рынка
 - конкретное расписание выходов рекламы любого типа на конкретный промежуток времени с указанием расценок, дат выходов, форматов, адресов и продолжительности размещаемой рекламы
7. Укажите неверный ответ. Цели Федерального закона «О рекламе»:
- реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы
 - создание благоприятных условий для производства и распространения политической рекламы
 - предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе
 - пресечение фактов ненадлежащей рекламы
8. Как называется инструмент прикладного изучения текстовой информации:
- обобщение
 - анализ
 - контент-анализ
 - эксперимент
9. Государственный контроль за соблюдением законодательства РФ о рекламе осуществляет:
- Правительство РФ
 - Антимонопольный орган
 - Органы внутренних дел
 - Общество по защите прав потребителей
10. Планируемые продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и общественностью – это:
- франчайзинг
 - спонсорство
 - паблик релейшнз
 - социальная реклама
 - прямой маркетинг

Литература:

- Герасименко В.В. и др. Маркетинг: учебник. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Проспект, 2016.

2. Котлер Ф., Армстронг Г., Вонг В., Сондерс Дж. Основы маркетинга. – 5-е европ. изд. – СПб.: ООО «Диалектика», 2019.
3. Ламбен Ж.-Ж., Чумпитас Р., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2018.
4. Малхотра Н. Маркетинговые исследования. – М.: ИД «Вильямс», 2007

Математические модели бизнес-процессов

1. Элементарные понятия о случайных событиях, величинах и функциях
2. Числовые характеристики случайных величин
3. Основные законы распределения случайных величин
4. Выбор теоретического закона распределения случайной величины
5. Моделирование систем массового обслуживания с использованием метода Монте-Карло
6. Исходные предпосылки регрессионного анализа и свойства оценок
7. Этапы построения многофакторной корреляционно-регрессионной модели

ПРИМЕРЫ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ

1. Для компании, которая занимается заказной разработкой ПО, процессы определения стратегии и отстройки от конкурентов относятся к следующей категории:
 - a) обеспечивающие
 - b) основные
 - c) вспомогательные
 - d) управляющие

2. Можно ли для одного предприятия составить несколько цепочек создания ценности?
 - a) Нет
 - b) Да

3. Бизнес-модель компании – это
 - a) бизнес-архитектура предприятия
 - b) набор стратегически важных целей предприятия и показателей их достижения
 - c) концептуальное описание предпринимательской деятельности, которое описывает, как предприятие получает доход
 - d) модель бизнес-процессов предприятия

4. Может ли одно предприятие совмещать несколько бизнес-моделей, например, маркетплейс и рекламная площадка одновременно?
 - a) Нет
 - b) Да

5. Если себестоимость на 25% ниже цены продажи, найдите процент прибыли.
 - a) 25%
 - b) 27,27%
 - c) 20%
 - d) 32,5%
 - e) 33,33%

6. Товар, проданный по определенной цене, приводит к убытку в 7%, тогда как, когда он продается по цене на 100 рублей больше, это приносит 13% прибыли. Найдите себестоимость товара.

- a) 400 рублей
- b) 500 рублей
- c) 600 рублей
- d) 770 рублей
- e) Не может быть определено

7. Товар продается за 423 рубля и дает убыток в 10%. Какой должна быть цена продажи, чтобы прибыль составила 10%?

- a) 443 рублей
- b) 500 рублей
- c) 507,6 рублей
- d) 517 рублей
- e) 550 рублей

8. Продавец получает 10% прибыли, когда продает товар по определенной цене. Найдите его процент прибыли, если он увеличит цену продажи на 50%.

- a) 15%
- b) 60%
- c) 64%
- d) 65%
- e) Невозможно определить

9. Прибыль, полученная от продажи товара по 1060 рублей на 20% больше, чем убыток от продажи товара по 950 рублей. Найдите себестоимость товара.

- a) 975 рублей
- b) 1000 рублей
- c) 1020 рублей
- d) 1040 рублей
- e) 1050 рублей

Литература:

1. Каменнова М. С., Крохин В. В., Машков И. В. - моделирование бизнес-процессов. в 2 ч. часть 1. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры - М.:Издательство Юрайт - 2019 - 282с. - ISBN: 978-5-534-05048-6 - Текст электронный // ЭБС ЮРАЙТ - URL: <https://urait.ru/book/modelirovanie-biznes-processov-v-2-ch-chast-1-431307>
2. Каменнова М. С., Крохин В. В., Машков И. В. - моделирование бизнес-процессов. в 2 ч. часть 2. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры - М.:Издательство Юрайт - 2019 - 228с. - ISBN: 978-5-534-09385-8 - Текст электронный // ЭБС ЮРАЙТ - URL: <https://urait.ru/book/modelirovanie-biznes-processov-v-2-ch-chast-2-444022>
3. Иваницкий В. Л. - основы бизнес-моделирования сми 3-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для академического бакалавриата - М.:Издательство Юрайт - 2019 - 239с. - ISBN: 978-5-534-08351-4 - Текст электронный // ЭБС ЮРАЙТ - URL: <https://urait.ru/book/osnovy-biznes-modelirovaniya-smi-424881>
4. Солодянкина О. В. - прогнозирование, проектирование и моделирование в социальной работе 4-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для СПО - М.:Издательство Юрайт - 2019 - 206с. - ISBN: 978-5-534-10427-1 - Текст электронный // ЭБС ЮРАЙТ - URL: <https://urait.ru/book/prognozirovanie-proektirovanie-i-modelirovanie-v-socialnoy-rabote-430010>

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ ПО БИЗНЕС-АНГЛИЙСКОМУ ДЛЯ ПОСТУПАЮЩИХ В МАГИСТРАТУРУ ПО КОНКУРСНОЙ ГРУППЕ «РЕАЛИЗАЦИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ БИЗНЕС-ПРОЕКТОВ»

Физтех-школа Игоря Рыбакова

1. Цель вступительного испытания – определить уровень владения англоязычными коммуникативными навыками и умениями, способность воспринимать устную и письменную речь на английском языке, в том числе в рамках проверки языковых профессиональных компетенций. Также целью вступительного испытания является оценка таких аспектов когнитивной деятельности абитуриентов, как анализ таблиц, текста, изображений; навыки решения проблем; способности к абстрактному мышлению.

2. Требование к поступающим:

На вступительном испытании абитуриент должен продемонстрировать владение английским языком как средством профессионального общения, что подразумевает:

- адекватное коммуникативной ситуации употребление языковых средств английского языка на всех уровнях;
- знание лексических, грамматических и стилистических норм современного английского литературного языка и правил употребления вариантов языковых единиц, определяемых стилевыми и жанровыми требованиями в разговорно-бытовой, официально-деловой и научной сферах коммуникации;
- владение базовой профессиональной лексикой;
- знание основной терминологии (математика, менеджмент, экономика) в рамках Федерального государственного образовательного стандарта среднего (полного) основного образования.

3. Регламент проведения испытания:

Вступительное испытание будет состоять из письменной части, решение практических заданий продолжительностью не более 2 астрономических часов.

Тест для определения уровня владения английским языком для делового общения «ИСТОК-Бизнес»: определяет уровень владения английским языком для делового общения в диапазоне уровней от A2 до C1.

4. Процедура проведения вступительного испытания

Вступительное испытание включает два раздела – «Аудирование» и «Чтение».

Раздел «Аудирование» состоит из трех заданий, проверяющих умение извлекать из текста и анализировать запрашиваемую информацию. Каждое задание воспроизводится дважды.

Раздел «Чтение» состоит из четырех заданий, проверяющие навыки поискового и аналитического чтения, а также лексику и грамматику английского языка.

Тематика текстов включает наиболее актуальные аспекты современного бизнес-дискурса, в частности, управление командами, устойчивое развитие и социальная ответственность бизнеса, ориентированность на запросы клиентов и т. д.

5. Программа вступительного испытания

Письменный тест по основным темам в рамках ситуаций общения в деловой среде:

- international business;
- economics;
- marketing;
- sales;
- business presentations;
- management;
- client satisfaction;
- cross-cultural communication and negotiations.

6. Пример тестового задания

6.1 Раздел “Аудирование”:

Task 0 B1 Level (to place test-takers on a B1 or B2 track)

You will listen to an HR specialist greeting new employees of the company and informing them about the company’s main policies. Mark sentences 1-6 as true or false. You will hear the text twice.

Welcome to our company, everybody!

Let me inform you of our company policies.

Firstly, working schedules. As you already know, we work five days a week – Monday to Friday. Our working hours are nine am to five pm. We do not have flexible working hours as such but you can work one day a week from home. In fact, any day. One week it can be, for example, Monday, and the next week it can be Thursday. There are only two rules concerning working from home: you need to inform your line manager beforehand which days you are not in the office. And secondly, you cannot choose the days when we have staff meetings or sales conferences.

As for the annual leave, it makes 28 working days. And, we are very generous here, it does not include public holidays. Please note that the days between Christmas and the New Year are not public holidays.

My next point is about the dress code. As you can see, we dress rather informally, but please, no shorts or very open dresses – even if it is hot outside. For company events, like sales conferences, please, follow smart casual standards.

During your first week in the office, everybody has to take an online course on workplace security: how to use office equipment, what to do in case of emergency and other such things. At the end of the course, there is a test. You need to get at least 60% of correct answers to pass it. Otherwise, you will have to retake it.

That’s all I wanted to tell you today. Any questions?

1. Employees can choose the day when they work from home.
2. They can work from home any day without exceptions.
3. The annual leave includes public holidays.
4. The last week of December is not a public holiday.
5. The dress code can in some cases be smart casual.
6. In 60% of cases employees have to retake the workplace security test.

B1 Part 1

Listen to the advertisement for a hot drinks machine. Fill in the gaps in sentences 1-5 with one word or a figure from the recording.

Canteen - столовая

It can be expensive to keep the canteen open to serve drinks to your staff through the day. Our QVM hot drinks machine replaces this service, so that you can close the canteen between mealtimes. You can install the QVM hot drinks machine anywhere in the building. One machine is suitable for a staff of thirty to fifty people. It costs £1300 to buy, or £11.00 per week to rent over 60 months. It is not expensive to operate: for example, the cost of power for one day is 30p, nearly as cheap as the price of one hot drink from the machine. Our company will carry out a weekly service, at a charge of . We can also refill the machine with drinks ingredients for an extra charge of £8.00.

1. The staff can buy drinks from QVM machine mealtimes
2. The company can place the machine ... in its building.
3. The maximum number of people one machine can serve is ...
4. The cost of a weekly rent is £ ...
5. For extra £8 the company can refill the machine with ... ingredients.

B1 Listening Part 2.

You will hear 6 voice messages. Which topics (A-H) are mentioned in messages 1-5? You will need to use some messages more than once.

Message 1.

Hello, it's Amy Davies from LTTC. It's about your last order. It was for 32 computer keyboards. We only need 28. So, 4 items less. Can you add 10 boxes of office paper to our order? If the cost of 4 keyboards does not cover the difference, please, send an additional invoice.

Message 2.

Good morning! It's Mitch Price from MCI Electrics. I'm calling to reschedule the meeting with James Bell. It is for 9.30 a.m. tomorrow now. I won't be able to make it as I join my boss in negotiations. It was decided only an hour ago. Is James available at 11 a.m.? Please, call me back.

Message 3.

You've reached MMP Limited. If you wish to place an order dial 1. If you know the number of your sales representative dial the last four digits after the beep. For all other questions dial 3 or wait to be connected with the first available operator.

Message 4.

Hi Jess, it's Mike Lee. I've got some ideas on how to fix the connectivity problems in our Mumbai office. I've thought of 2 solutions. Both are relatively inexpensive, which is great! But I'm not sure which is easier to implement. Please, call me back when you are ready to discuss. Thanks!

Message 5.

Dear caller, please be informed that ETCC International has moved offices. Our new address is 3 College Square Harlow CM20 1WG. The opening hours are 8.30 a.m. to 5.30 p.m. as usual. All other contact details: emails, groundline and mobile numbers are the same. We'll be happy to see you in the new office!

Message 6.

Good afternoon! It's Henry from St John College. We need 1,000 brochures about the college. The same design as usual. Also, we need headed paper. At least 4 packs. And finally, 100 posters. I'll send you the draft design later today. But let's discuss the colours first. Call me back, please.

- A. Invoicing.
- B. Request to call back.
- C. Change of location.
- D. Discussing something
- E. Change of plans.
- F. How to connect with some employees.
- G. Invoicing.
- H. Request to call back.

B2 part 1

You will listen to a part of the talk about participating in meetings writing emails. Fill in the gaps in sentences 1-5 with ONE word from the recording.

Let's begin with business meetings. I'm not going to mention the importance of preparation. I'm sure you're always well prepared. However, there's one thing that might help if you're less confident. It is to make notes as people speak – then you'll remember what you want to say when there's room for comments later. Of course, making your point as the discussion's actually going along is fine. Still, you don't want to do that too much – it could sound like you're interrupting people. It is not true that having confidence is the most crucial thing. Actually, listening is more important... it's how you have a proper conversation. And your body language, and making eye contact help show you're paying attention.

Interestingly, people who are confident about speaking and presenting aren't always the best communicators when it comes to the written word. Those are separate skills. It's strange, but when writing emails people often don't realise that they should be as careful about using formal and correct language in business emails - as they would be in a business letter. And sometimes an email just isn't enough, especially business emails on more sensitive issues. It's good to follow up with a call or face-to-face chat, so you know they've understood you.

1. The presenter will not talk about how important ... is.
2. He gives advice to those who are not enough.
3. Making notes at a meeting helps when the time for ... comes.
4. Speaking too much during a discussion ... like an interruption.
5. Listening to what other people say is more important than ...

B2 part 2

LISTEN TO THE TALK ABOUT MANAGING TEAMS. Read statements 1-8 and mark them as TRUE or FALSE

1. There are clear rules on how to manage people successfully.
2. Managers should make friends with their staff.
3. The best way not to have favourite team members is to avoid close relations with your reports.
4. The universal truth is that fair managers treat everybody in the same way.
5. All working mothers should be given an opportunity to work flexible hours.
6. People should always understand clearly what exactly their tasks are.
7. Knowing their responsibilities makes people demotivated.
8. Managers should not treat success of the team as their own achievement.

6.2 Раздел “Чтение”:

TASK 0 Level B1 (The same for both levels – to place test-takers on a B1 or B2 track)

SUSTAINABLE DEVELOPMENT

PART 1. Questions 1-5.

Read the text and match the headings (a-g) with the paragraphs (1-5). There is one extra heading which you will not need to use. First, look at the example 0

Headings:

- a) What sustainable development is - 0
- b) The problem is recognized
- c) Global measures
- d) Ignoring the problem
- e) First concerns
- f) World leaders agree to act
- g) The importance of sustainable development

Sustainable development – устойчивое развитие

Consumption – потребление

Implementation - осуществление

0	Sustainable development is economic progress that satisfies the needs of the present generation without damaging the needs of future generations. Sustainable development covers several areas: environmental, material, ecological, social, economic, legal, cultural, political and psychological.
1	Very often development happens because people want to satisfy one specific need. They do not fully understand that their decision may lead to future effects. We are already seeing the damage this approach can cause. For example, irresponsible banking leads to serious financial crises. Global climate changes because we depend on fossil fuel-based energy sources. If the principles of sustainable development are ignored, the consequences will become more frequent and serious. That is why we need to take action now.
2	Some people believe that sustainable development is a relatively new thing. It is not so. The fast industrial growth and the rapid development of consumption in the 2 nd half of the 20 th century, made social thinkers and ecologists see the danger of these processes to humanity. The first books and articles about the future of world development were published in the early 1960s. Authors saw the main threat to the future of people in the thoughtless use of natural resources and ignoring the interests of societies.

3	The concept of sustainable development was first recognized at the 1972 United Nations Conference on the Human Environment in Rio-de-Janeiro. The Conference participants did not yet use the term ‘sustainable development’. However, they agreed that both development and the environment could be managed in a mutually beneficial way.
4	Officially over 100 world leaders recognized sustainable development as the major challenge at the 1992 conference in Johannesburg. They also put together action plans and strategies to move towards more sustainable development. More recently, the World Summit on Sustainable Development was held in Johannesburg in 2002. It was attended by 191 national governments and representatives of international organizations.
5	The Johannesburg Summit delivered had key outcomes: a political declaration, the Johannesburg Plan of Implementation, and a range of partnership initiatives. The key decisions were made on sustainable consumption and production, water and energy.

PART 2. Questions 6-10.

Fill in the gaps in sentences 6-19 with no more than TWO words from the text. Do NOT make any changes to these words.

6. People do not always understand what will be the of their decisions.
7. Consumption began to grow rapidly together with the fast ...
8. The participants of the 1972 conference agreed that not only development but also could be successfully managed.
9. Representatives of national governments and took part in the second Johannesburg conference.
10. 2002 Summit made a number of

B1 Reading Task 1

Read the text and choose the correct words (a, b or c) for gaps 1-6. First, look at the example.

LEARNING TO NETWORK

Networking is *an* activity of meeting people who might be useful to know, especially in your job. This is (1) classical definition of ‘networking’ and all people working in business know how important it is. Does it mean that (2) businesspeople like it? Not at all. Some recent surveys show that for many people who (3) in business, it is one of the most hated work-related activities. Indeed, most of us feel awkward when (4) a corporate event, a conference, an exhibition, etc. we have to impose our company on an unknown person or intrude into a conversation between (5) strangers. Is it possible (6) to enjoy networking?

Example: a) the b) an c) no article

1. a) the b) a c) no article

2. a) lots b) majority c) most
3. a) work b) working c) worked
4. a) at b) on c) in
5. a) such b) any c) several
6. a) learn b) to learn c) learning

B1 Reading Task 2

FREDERICK TERMAN AND THE BEGINNING OF SILICON VALLEY

Read the text and fill the gaps (1-6) with the forms of words in CAPITALS. First, look at the example (0).

<p>Frederick Terman grew up in California and studied (0) <i>electrical</i> engineering at Stanford University. He moved across the country after his (1) and completed his doctorate at Massachusetts Institute of Technology. Soon after his appointment for a teaching position there in 1924, he contracted tuberculosis. As a result, he came back to Stanford so that the California climate could help his (2)</p> <p>Among Terman's students at Stanford were future founders of Hewlett-Packard company David Packard and William Hewlett. Terman made an (3) with a bank to fund their start-up business. (4) HP produced radio equipment. In 1951 Stanford University decided to use some of its lands and on Terman's recommendation created there the Stanford Industrial Park. It was a certain bridge between university scientists and local businesspeople. Hewlett-Packard was the first (5) of the Park. In the following years, big companies like General Electric and Lockheed Martin also became residents of the Industrial Park. Now the Park is globally known as Silicon Valley. So, Terman made a huge (6) to the success of the Valley.</p>	<p>ELECTRICITY</p> <p>GRADUATE</p> <p>RECOVER</p> <p>ARRANGE</p> <p>INITIAL</p> <p>OCCUPY</p> <p>RESIDENCE</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	CONTRIBUTE
--	------------

B1 Reading Task 3

PART 1. Questions 1-6.

Read the text and fill in the gaps (1-6) with the sentences (a-g). There is one extra sentence you will not need to use. Use each letter only once.

- a) *A look at Silicon Valley's history shows how failure, success and attitudes to them turned the quiet valley into a synonym for invention.*
- b) *The latter's ideas and communication skills soon made him one of the most influential people in the Silicon Valley.*
- c) *Of course, the creativity and talent of the Valley's pioneers cannot be underestimated.*
- d) *This is one of the main reasons for the success of the Valley.*
- e) *Ethernet inventor Robert Metcalfe wrote in 1998 that "Silicon Valley was the only place on earth not trying to become Silicon Valley."*

- f) *He made his employees keep everything that happened in the company in secret and seriously limited their professional connections with people outside the company.*
- g) *When a creative idea did not bring the expected result, it is important to learn something from this situation.*

WHAT MAKES SILICON VALLEY A UNIQUE PLACE FOR INNOVATORS

Clusters, hot spots, hubs – they can be called differently, but they exist around the world: places with the high concentration of people, institutions, and resources that support innovation. Perhaps the most famous high-tech hot spot is Silicon Valley. (1) Life proved that this region is not easy to replicate.

(2) However, as technology writer Michael Malone points out, its key strength lies in the attitude to failure. He does not mean a failure that resulted from a silly mistake, but a ‘noble failure’ as he calls it. (3) Mistakes can teach people a lot about the business, the market, the technology and, most importantly, about themselves.

The simple fact is that 90 percent of all Valley startups die. Malone writes that if people who made mistakes were treated badly by everybody around them ‘the valley would disappear almost overnight’.

(4) The next reason for success of Silicon Valley is collaboration. When in 1956 the Nobel Prize winner William Shockley founded his company in the Valley, he invited some bright young scientists to work with him. He could have become one of the local stars, but his approach to building his business was rather specific and not too professional. (5) Soon two of his best staff members, Gordon Moore and Robert Noyce, decided to leave Shockley. Both of them then created a culture of collaboration in the Silicon Valley. For example, Noyce always worked in groups - he co-invented microchips working with other scientists. Moore and Noyce co-founded Intel company in collaboration with some other people. (6)

1. Even though there are many centres of innovation in the world, it is nearly impossible to _____ Silicon Valley.
2. What makes Silicon Valley unique is the way _____ is treated.
3. Only ten in one hundred _____ survive in the Silicon Valley.
4. The main mistake of William Shockley was his _____ to creating a company.
5. Excessive secrecy can damage business _____ with other specialists.
6. Moore and Noyce became successful inventors due to _____ with other specialists.

B1 Reading Task 3.

EMOTIONAL INTELLIGENCE

PART 1. Questions 1-6.

Read the text and fill in the gaps (1-6) with the sentences (a-g). There is one extra sentence you will not need to use. Use each letter only once.

An interesting thing is happening in the 21st-century workplace. We have been using more and more technology in this digital age. (1) This means we need to develop emotional intelligence.

The term sounds strange because we usually see our emotions and our intelligence as two separate things. But if you put them together as emotional intelligence, it will mean being able to recognize, control and express one’s emotions. (2) The term ‘emotional intelligence (EQ) was introduced and made popular by the American psychologist and science journalist Daniel Goleman in his classical book *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ* . It was first published in 1995 and quickly became a bestseller. (3) How does emotional intelligence differ from IQ and how can it be

measured? Your IQ relates to your intellectual abilities, for example, how well you understand and apply information. (4) . People who have high emotional intelligence are able to manage their emotions and use them to understand the emotions of others.

Nowadays emotional intelligence means more than in the past because the workplace has changed. Today we usually work in teams, not in isolation. So, many companies are realizing that recognizing emotions can help create a healthier environment at work. This does not mean that people should express their emotions without any limitations. (5) People with higher emotional intelligence can adapt to change more easily. This is extremely important in our digital age.

Leaders with high emotional intelligence usually have happier employees. Satisfied employees usually stay with the company longer. Keeping people for a long time helps reduce the cost of hiring and training. People with high EQ usually work harder. (6) A study of 515 top managers demonstrated that emotional intelligence was more important for their successful careers than experience and IQ. A high IQ alone is no longer enough.

- a) *Many companies nowadays are more interested in people with higher EQ than with the top results of the IQ test.*
- b) *At the same time, we have been increasingly realizing the importance of emotions.*
- c) *It does mean, however, that people need to understand their own and the emotions of others and act accordingly.*
- d) *This is the key to building successful relationships with other people.*
- e) *Research shows that salespeople with higher emotional intelligence are much more efficient than their colleagues with a lower EQ.*
- f) *In this book, he formulated and described the seven components of EQ: self-awareness, self-management, self-regulation, motivation, empathy, social skills and relationship management.*
- g) *Emotional intelligence is very different*

Part 2. Questions 7-12

Read the text again and fill the gaps in the sentences (7-10). Use ONE or TWO words from the text in each gap. Do NOT make any changes to these words.

1. An emotionally intelligent person is able to understand, regulate and ... her/his emotions.
2. Daniel Goleman's book became very popular soon after it was
3. Emotional Intelligence also means being able to successfully use
4. The role of EQ has grown because of the changes happening in the
5. Digitalization makes more and more ... the ability to adapt to changes.
6. Emotional intelligence may be more important for business leaders than their ... and intellect

Reading B2 Task 1

COMPANY SOCIAL RESPONSIBILITY AND EARNING PROFITS

Read the text and choose the correct words for gaps 1-6. First, look at the example (0).

Corporate Social Responsibility (CSR) can be defined as a range of practices that includes, (0) *apart* from social and environmental considerations, also profit-related ones. Are profits compatible with social and environmental responsibility? (1) the common perception of profit as a manifestation of corporate greed, they are.

In a well-functioning market economy, enterprise profits are performance-related: they are earned by (2) consumers with products and services they require. It is also important to do so in a resourceful and innovative way. Profits can (3) serve as an indicator of each enterprise's contribution to the welfare of people in general. As such, they provide (4) indispensable economic signalling functions. How well they serve this purpose depends on how much they are performance-related. The performance of a business depends largely on competition and (5) freedom. (6) competition creates necessary stimuli to innovate and develop and freedom of entrepreneurship makes innovations possible. So, these two pre-conditions of the successful development of businesses are too, though in an indirect way, integral parts of CSR.

Example: a) *as a part* b) *apart* c) *partly*

1. a) despite b) in spite c) regardless
2. a) provision b) supplying c) providing
3. a) so b) thus c) consequently
4. a) no article b) the c) an
5. a) economical b) economy's c) economic
6. a) Though b) Nevertheless c) While

Reading Part 2. Read the text and fill the gaps (1-6) with the forms of words in CAPITALS. First, look at the example (0).

<p>Business cultures may have different (0) <i>concepts</i> of time. According to Richard Lewis, a well-known specialist in cross-cultural communication in business, there are three main ways people (1) time – linear, multi-active and cyclic. Time is linear for American business people. Also, time is extremely expensive, as anyone who has had to deal with American doctors, dentists or (2) will tell you. In a profit-oriented society, time is a (3) commodity, its scarcity is widely recognized. It flows fast and if you want to make its passing (4), you have to move fast with it. Americans are people of action; they cannot bear idleness. Such an understanding of time is not (5). Switzerland and Germany, along with Britain, the Anglo-Saxon world in general, the Netherlands, Austria and Scandinavia, share a (6) with the Americans, that time is being wasted if spent without decisions being made or actions being performed.</p>	<p>CONCEIVE PERCEPTION LAW NO PRICE BENEFIT EXCEPT SUSPECT</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------

Reading Task 3.

PART 1. Questions 1-6.

Read the text and fill in the gaps (1-6) with the sentences (a-g). There is one extra sentence you will not need to use. Use each letter only once.

BUILDING COMPANY IMAGE: THE ROLE OF THE CEO

How to build a positive and powerful company image? Surely, there is not one single recipe for success. However, several things are of greater importance than any other. (1) If your company is a new kid on the block and has not yet gained public **recognition** and wide respect, it needs to make sure that its CEO projects a positive image and emanates an air of reliability, trust and professionalism.

When speaking in public, giving an interview, or leading negotiations, does the CEO make a powerful impression on stakeholders? (2) As we can see, dress codes tend to drift towards less formality. Does it mean it is acceptable for a CEO of a new and relatively unknown company that strives to build a positive image to appear in public in jeans and a sweater? We all remember that Steve Jobs did it.(3) In other words, one needs to be as great and successful as Steve Jobs to allow her/himself this level of informality in clothes.

What if the CEO is not a good public speaker? (4) Perhaps not, but why take a chance? Of course, there are thousands of offers to take a course that can make anybody into a confident public speaker. (5) Some still remain inarticulate and nervous speakers. Why not put someone to run an important presentation who would project cool self-assurance? Perhaps, one of the company's top officers is capable of doing that? It would be quite appropriate if the CEO greeted that audience and then gave the floor to this person as a key speaker. (6)

- a) *All elements of her/his appearance and behaviour matter.*
- b) *Unfortunately, not all people are aware of the opportunity to improve public speaking skills.*
- c) *Not only would this guarantee the desirable outcome of the presentation but also would demonstrate trust and healthy relations inside the managerial team.*
- d) *However, as Romans said 'All that is allowed to Jupiter is not necessarily allowed to an ox'.*
- e) *Yet, not all people can develop into great speakers regardless of how many training courses they take.*
- f) *How markets and the business community perceive your company and what image it projects greatly depends on the company's Chief Executive Officer (CEO).*
- g) *One can hope that people are not so shallow that they would pass judgment on the managerial skills of the whole organization based on just one or two appearances of the CEO in a role to which s/he was unaccustomed.*

Part 2. Questions 7-12

Read the text again and fill the gaps in the sentences (7-10). Use ONE or TWO words from the text in each gap. Do NOT make any changes to these words.

7. There is more than way to build a powerful corporate image.

8. Leaders play a huge role in building a company's image in various situations, including dealing with mass media and taking part in ...
9. Any company that hasn't yet achieved ... in the market depends a lot on the public image of its leader.
10. The top manager of a company that ... to establish itself in the market, should care about her/his own public image.
11. It is dangerous to ... on a CEO who has problems expressing her/himself clearly.
12. There must be a member of the managerial team who is always able to... self-confidence.

7. Литература:

1. Лэтем-Кёниг К., Оксенден К., Селигсон П. English File Intermediate / Oxford University Press. — Oxford: Oxford University Press, 2019. — 240 с.
2. Дофф А., Тейн К., Пухта Х. Cambridge English Empower B1 / Cambridge University Press. — Cambridge: Cambridge University Press, 2016. — 175 с.
3. Коттон Д., Фалвей Д., Кент С. Market Leader Pre-intermediate / Longman. — Harlow: Longman, 2013. — 160 с.
4. Брук-Харт Г. Business Benchmark Pre-intermediate to Intermediate / Cambridge University Press. — Cambridge: Cambridge University Press, 2013. — 208 с.
5. Гор С., Барр Н. English for Marketing and Advertising / Oxford University Press. — Oxford: Oxford University Press, 2009. — 136 с.
6. Маккензи И. English for Business Studies / Cambridge University Press. — Cambridge: Cambridge University Press, 2010. — 191 с.
7. Туллис Г., Трапп Т. New Insights into Business / Longman. — Harlow: Longman, 2000. — 223 с.
8. English Pod 101 [Электронный ресурс]: онлайн-платформа / Innovative Language Learning. — Режим доступа: <https://www.englishpod101.com/>, свободный.
9. TED Talks [Электронный ресурс]: видеоплатформа / TED Conferences LLC. — Режим доступа: <https://www.ted.com/talks>, свободный.
10. BBC Learning English - 6 Minute English [Электронный ресурс]: онлайн-ресурс / BBC. — Режим доступа: <https://www.bbc.co.uk/learningenglish>, свободный.