**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ**

**ПО РУССКОМУ ЯЗЫКУ**

**ДЛЯ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ**

**ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ**

Учебно-методическое пособие по русскому языку предназначено для иностранных студентов основного и завершающего этапов обучения (аспирантов, стажеров) экономических специальностей.

 Тексты пособия представляют собой адаптированный вариант книги Ф.Котлера «Основы маркетинга».

 Основная цель пособия – развитие и совершенствование чтения на материале научных текстов. Тексты и задания к ним направлены на дальнейшее развитие и совершенствование двух видов учебного чтения: ознакомительного и просмотрового.

 Тексты могут быть использованы как на занятиях по русскому языку под руководством преподавателя, так и при самостоятельной работе с книгой.

В основу учебных заданий положен принцип активной коммуникации, и этим определяется характер упражнений, наличие вопросов ситуативно-проблемного характера, а также наличие терминологического словаря в конце каждого раздела.

Система заданий предполагает обучение студентов аргументации, комментированию, доказательству определенных фактов, выводов. К некоторым текстам даны расширенные послетекстовые задания, приведены схемы, образцы, содержащие лексические средства связи, необходимые для составления реферата, доклада, выступления, сообщения, рецензии, аннотации.

Структура текстов, их информативная насыщенность, наличие обобщающих схем призваны облегчить восприятие материала, научить ориентироваться в тексте, повысить скорость чтения.

(99 страниц)

**ТЕМА 1. СОЦИАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА**

Текст 1. Что такое маркетинг?

*Лингвистический комментарий*

*Реферативный вид чтения* заключается в извлечении из текста основного содержания (с достаточной полнотой), в определении новой проблемной информации, которая содержится в этом тексте.

При реферативном чтении необходимо проводить смысловой анализ текста. В каждом высказывании имеется *тема*, которую легко определить, поставив вопрос, о чем идет речь в данном высказывании. При внимательном чтении мы легко обнаружим тему, если будем обращать внимание на повторяющиеся слова в словосочетании, имеющие общий характер.

Разные части текста несут разный объём информации. При чтении, когда целью является извлечение основной информации, в первую очередь необходимо выделить ключевые фрагменты. *Ключевые фрагменты* – это наиболее информативные элементы текста (слово, словосочетание, целое предложение).

При извлечении из текста основного содержания мы часто прибегаем к *перефразированию*, что связано с обобщением мысли, т.е. заменой широкого высказывания краткими выражениями.

*Задание 1*. Прочитайте текст «Что такое маркетинг?». Зафиксируйте время начала и конца чтения текста и определите скорость своего чтения по формуле: количество слов текста / время чтения = средняя скорость чтения. В данном тексте 192 слова, скорость Вашего чтения должна быть 100 слов в минуту.

 ЧТО ТАКОЕ МАРКЕТИНГ?

«В сегодняшнем сложном мире все мы должны разбираться в маркетинге», – написал в своей книге «Основы маркетинга» профессор Северо-Западного университета США, один из активных деятелей Американской ассоциации маркетинга Филипп Котлер.

Маркетинг затрагивает жизнь каждого из нас. Это процесс, в ходе которого разрабатываются и предоставляются в распоряжение людей товары и услуги, обеспечивающие определенный уровень жизни. Маркетинг включает в себя множество самых разнообраз­ных видов деятельности, в том числе маркетинговые исследования, разработку товара, организацию его распространения, установление цен, рекламу и личную продажу. Маркетинг сочетает в себе несколько видов деятельности, направленных на выявление, обслуживание, удовлетворение потребительских нужд для решения целей, стоящих перед организацией. Маркетинг начи­нается задолго до акта купли-продажи и продолжается еще долго после него.

Многие считают, что основная цель маркетинга должна заключаться в улучшении «качества жизни». Это понятие складывается из трех составляющих:

* качества, количества, ассортимента, доступности и стоимости товаров;
* качества физической среды;
* качества культурной среды.

Интерес к этой деятельности усиливается по мере сознания того, каким образом маркетинг способствует более успешному выступлению на рынке предпринимательских организаций.

Разбираться в маркетинге нужно всем. Ведь все граждане страны – прежде всего потребители разнообразных товаров. Кто-то постоянно пытается нам что-то продать, и мы должны распознавать применяемые методы сбыта. Знание маркетинга важно как для простых граждан-потребителей, так и для профессиональных деятелей рынка. Знание основ маркетинга даст возможность принимать более квалифицированные решения в условия рыночной экономики.

*Задание 2.* Ответьте на вопросы.

1. Кто такой Филипп Котлер и в чем состоит его деятельность?
2. Какие виды деятельности включает в себя маркетинг?
3. В чем, по мнению многих- исследователей, состоит основная цель маркетинга?
4. Зачем нужно разбираться в маркетинге?

**Для**

**дальнейшего**

**просмотра и использования**

**материалов обращайтесь:**

Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет

Факультет подготовки иностранных граждан

Кафедра языковой подготовки

Ауд. 223

Е-mail: kaf.yaz.podg@mail.ru

61002, Харьков, ул. Петровского, 25

Тел: +38(057)707-36-81