

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ  
ПО НАУЧНОМУ СТИЛЮ РЕЧИ  
для иностранных студентов 2-3 курсов**

Иваново

2008

Федеральное агентство по образованию  
Государственное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
Ивановский государственный химико-технологический  
университет

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ  
ПО НАУЧНОМУ СТИЛЮ РЕЧИ  
для иностранных студентов 2-3 курсов

Составитель: Ю. Н. Здорикова

Иваново 2008

Составитель: Ю. Н. Здорикова

Методические указания по научному стилю речи для иностранных студентов 2-3 курсов / Сост. Ю. Н. Здорикова; Иван. гос. хим.-технол. ун-т. - Иваново, 2008. - 32 с.

В методических указаниях рассматриваются особенности аннотирования и реферирования на основе текстов экономического профиля. Теоретическая часть содержит сведения о структуре, назначении, видах аннотации и реферата, языковые стандарты-клише, используемые в них. Практические задания направлены на развитие навыков компрессии научной информации.

Предназначены для иностранных студентов 2-3 курсов и могут быть использованы как для аудиторной, так и для самостоятельной работы студентов.

Рецензент

кандидат филологических наук Л. Н. Гусарова  
(Ивановский государственный архитектурно-строительный университет)

**Аннотация** – краткая характеристика документа, его части или группы документов с точки зрения назначения, содержания, формы и других особенностей.

**Сущность и назначение аннотации** заключаются в том, что она дает сжатую характеристику самого источника информации и отвечает на вопрос, о чем говорится в первичном документе.

Аннотация, в отличие от реферата, не раскрывает содержания документа, а лишь информирует о существовании документа определенного содержания и характера, дает самое общее представление о его содержании.

Составление аннотаций (аннотирование) представляет собой процесс аналитико-синтетической переработки первичных документов с целью их анализа и извлечения необходимых сведений. Аннотация дает читателю предварительное представление о незнакомой ему публикации и тем самым помогает ему в поиске и отборе необходимой информации.

Различают следующие **виды аннотаций**.

По содержанию и целевому назначению аннотации подразделяются на **справочные** (такие аннотации также именуются описательными или информационными), характеризующие тематику документа и сообщающие какие-либо сведения о нем, но не дающие его критической оценки, и **рекомендательные**, характеризующие документ и дающие оценку документа в отношении его пригодности для определенной категории потребителей, с учетом уровня подготовки, возраста и других особенностей потребителей, которым эти аннотации предназначены.

По полноте охвата содержания аннотируемого документа и читательскому назначению аннотации подразделяются на **общие**, характеризующие документ в целом и рассчитанные на широкий круг потребителей, и **специализированные**, характеризующие документ лишь в определенных аспектах и рассчитанные на узкий круг специалистов. В специализированных аннотациях особенно

подчеркивается то, что имеет отношение к определенной тематике и узкой области знаний.

Разновидностью специализированной аннотации является **аналитическая аннотация**, характеризующая определенную часть или аспект содержания документа. Специализированные аннотации чаще всего носят справочный, а не рекомендательный характер.

Аннотации могут быть и **групповыми**. Групповая аннотация – это аннотация, содержащая обобщенную характеристику двух и более документов. Групповая аннотация характеризует несколько произведений печати, близких по тематике.

**По структуре** аннотация любого вида состоит из двух частей:

- библиографического описания;
- текста аннотации.

Библиографическое описание дает исходную информацию о первичном документе. Текст аннотации дополняет информацию, данную в библиографическом описании, и включает сведения о содержании произведения печати, его авторе и достоинствах произведения.

Текст справочной аннотации может включать следующие сведения:

- тип и назначение аннотируемого документа;
- задачи, поставленные автором аннотируемого документа;
- метод, которым пользовался автор;
- принадлежность автора к определенной научной школе или направлению;
- структуру аннотируемого документа;
- предмет и тему произведения, основные положения и выводы автора;
- характеристику вспомогательных и иллюстративных материалов, дополнений, приложений, справочного аппарата, включая указатели и библиографию.

## Языковые конструкции, используемые в аннотации

Каждая смысловая часть аннотации оформляется с помощью языковых стереотипов.

### 1. Характеристика содержания текста:

*В статье (книге) рассматривается...*

*В книге изложены...*

*Статья посвящена...*

*В статье даются...*

*В основу работы положено...*

*Автор останавливается на следующих вопросах...*

*Автор затрагивает проблемы...*

*Цель статьи – показать...*

*Цель автора – объяснить (раскрыть)...*

*Целью статьи является изучение...*

*Автор ставит своей целью проанализировать...*

### 2. Композиция работы:

*Книга состоит из... глав (...частей)...*

*Статья делится на ... части.*

*В книге выделяются ... главы.*

### 3. Назначение текста:

*Статья предназначена (для кого); рекомендуется (кому)...*

*Сборник рассчитан...*

*Предназначается широкому кругу читателей...*

*Для студентов, аспирантов...*

*Книга интересует...*

## Задания

*1. Определите, к какому типу относятся следующие аннотации.*

**1. Успенский, В. А., Семенов, А. Л. Теория алгоритмов. Основные открытия и приложения. – М., 1987.**

Понятие алгоритма является одним из наиболее фундаментальных понятий информатики и математики. Систематическое изучение алгоритмов привело к созданию особой дисциплины, пограничной между математикой и информатикой, – теории алгоритмов.

В книге дается обзор важнейших достижений теории алгоритмов за последние полвека, т.е. с момента зарождения этой теории. Излагаются в систематизированном виде основные открытия, связанные с понятием алгоритма, приложения теории алгоритмов к математической логике, теории вероятностей, теории информации и др. Рассматривается влияние теории алгоритмов на практику.

Для специалистов по математике, информатике, кибернетике, а также для студентов вузов.

**2. Фильев, В. И. Техническое нормирование на предприятиях химической промышленности: учебник для техникумов. – Л., 1989. – 176 с.**

Изложены основные положения нормирования труда, виды технических норм в химической промышленности. Приведена классификация затрат рабочего времени и времени использования оборудования. Освещены вопросы организации работ по нормированию труда, а также нормирования и оплаты труда в бригадах. Даны методические указания по разработке технически обоснованных норм на различные процессы, примеры расчета норм многоаппаратурного обслуживания.

Для учащихся химико-технологических техникумов.

**3. Фатхутдинов, Р. А., Сивкова, Л. А. Организация производства: практикум. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 156 с.**

Учебное пособие содержит понятийный аппарат по курсу «Организация производства» и практические задания (задачи) по темам: основы теории организации; проектирование структуры организации; основы организации труда; организация планирования производства; основы организации инновационной деятельности; основы организации управления качеством продукции и сертификации; организации основных производственных процессов; основы организации вспомогательного и обслуживающего производств.

Предназначено студентам и преподавателям, менеджерам и специалистам.

*2. Определите структуру содержания следующих аннотаций, укажите, какие сведения содержит текст аннотаций.*

**1. Адамов, Н. А., Тилов, А. А. Лизинг. – СПб., 2005. – 128 с.**

Предлагаемое издание дает комплексное представление об особенностях новой формы предпринимательской деятельности – лизинге. В данной работе освещена экономическая и правовая сущность лизинга как специфического вида предпринимательской деятельности. Представлены различные методы расчета лизинговых платежей. Выявлены особенности приобретения имущества посредством лизинговых схем и обоснована эффективность лизинга по сравнению с другими способами приобретения основных средств. Изложены особенности, присущие международному лизингу. Существенное внимание уделено вопросам организации бухгалтерского учета и особенностям системы налогообложения организаций – участников лизинговой деятельности.

Книга предназначена для студентов экономических специальностей, а также станет хорошим пособием для предпринимателей и экономистов.

**2. Производственный менеджмент: учебник для вузов/ С. Д. Ильенкова, А. В. Бандурин, Г. Я. Горбюцов и др.; под ред. С. Д. Ильенковой. – М., 2000. – 583 с.**

В учебнике подробно излагаются вопросы теории и практики организации производства и разработки производственной программы. Рассматриваются функции управления производством; дается характеристика типов производства, технико-экономических показателей и методов их анализа для принятия обоснованных решений. Уделяется внимание управлению запасами, управлению персоналом; раскрываются методы контроля использования оборудования, приемы статистического контроля качества. Во 2-й части рассматриваются вопросы исследования операций.

Дается краткий исторический обзор становления и развития производственного менеджмента.

Для студентов, обучающихся по экономическим специальностям, а также практических работников – менеджеров производственных фирм.

*3. Выделите в тексте аннотаций языковые и речевые стандарты-клише.*

**1. Кондратова, И. Г. Основы управленческого учета. – М., 1998. – 144 с.**

Рассматриваются основные положения управленческого учета, его отличия от финансового (бухгалтерского) учета, классификация затрат, их поведение в процессе производства, принципы позаказного и попроцессного калькулирования. Приводятся примеры расчета затрат при отнесении их на заказ и на процесс. Методы расчета точки безубыточности с помощью маржинальной прибыли.

Пособие рассчитано на бухгалтеров, слушателей школ бизнеса, предпринимателей. Может быть полезно студентам высших и средних учебных заведений.

**2. Лукичева, Л.И. Управленческие решения: учебник по специальности «Менеджмент организации» / Л. И. Лукичева, Д. Н. Егорычев; под ред. Ю. П. Анискина. – М., 2006. – 383 с.**

Принципиальное отличие данного учебника в том, что в нем представлен широкий спектр существующих методов разработки, принятия и оптимизации управленческих решений, анализ особенностей принятия решений в различных областях экономики и различных сферах деятельности предприятия, а также дан оригинальный практический материал. Учебник включает девять глав, в которых излагаются важнейшие теоретические основы разработки и принятия управленческих решений, и приложения, включающие комплекс практических занятий, ситуации для анализа, тесты, задачи с рекомендациями по их выполнению, программу учебной дисциплины «Управленческие решения», а также словарь терминов.

Предназначено для студентов экономических специальностей, аспирантов, преподавателей, а также молодых специалистов и управленцев, повышающих квалификацию с целью успешного овладения теоретическими знаниями и практическими навыками, необходимыми для эффективной деятельности менеджеров.

*4. Составьте аннотации к следующим статьям:*

**1. Федько, В. П., Бондаренко, В. А. Азиатский и европейско-американский стили управления, возможность оценки эффективного национального менеджмента через инфраструктурные составляющие// Менеджмент в России и за рубежом. – 2005. – №5. – С. 36-42.**

Выбранный и реализуемый стиль управления (в частности, менеджмента) в значительной степени определяет эффективность функционирования предприятия, отрасли, региона и национальной экономики в целом. Сущностным содержанием эффективности менеджмента является надежное функционирование всех отраслей экономики при минимизации кадровых проблем, небольших затратах на персонал в национальном масштабе (по сравнению с его

результативностью), оптимальное по срокам и затратам внедрение новых технологий в производство и сферу услуг, своевременная переподготовка и смена поколений управленцев.

Сегодня Россия, обладая существенными конкурентными преимуществами – значительными запасами сырьевых ресурсов, развитым энергетическим комплексом, относительно дешевой рабочей силой, имеет неэффективную, затратную экономику с низким ростом ВВП и низким уровнем жизни населения. В этом смысле не составляет секрета низкая конкурентоспособность гигантов отечественной промышленности: АвтоВАЗа, КамАЗа, Уралмаша. Данные предприятия располагают значительными резервами дешевой рабочей силы, недорогими сырьевыми ресурсами и электроэнергией (по сравнению с Европой), однако их продукция отличается антипотребительским соотношением цены и качества. Широко анонсируемое развитие малого бизнеса, воспеваемое как панацея отечественной экономики, также испытывает значительные кадровые проблемы. Занятость на малых предприятиях характеризуется интенсивной ротацией персонала. В среднем за год кадровый состав 2/3 фирм обновлялся как минимум на одну треть... Мы приходим к выводу, что основным звеном, не позволяющим свершиться российскому экономическому «чуду» – удвоить ВВП в обозримой перспективе, является неэффективный менеджмент.

В современной экономической литературе отмечаются значительно различающиеся между собой японский (азиатский) и европейско-американский стили менеджмента. Их рассмотрение актуально для российской экономики, обладающей на текущий момент собственной, притом крайне неэффективной, моделью менеджмента и нуждающейся в новом стиле управления. Представления об уникальном японском методе управления не новы. Согласно распространенным теориям успеха Японии приписываются особым национальным чертам японцев, таким, как склонность к согласованным действиям на всех уровнях – от частного до общенационального, врожденным коллективизму и патернализму. Это находит выражение в чувстве сопричастности и лояльности к определенной социальной и

производственной общности или группе. Японские компании всячески поддерживают идеи о том, чтобы рассматривать себя в качестве «второй семьи», что находит отражение в идеологии японского менеджмента. Менеджерам западных фирм подобные взгляды непонятны, поскольку работник и управленец часто меняют место работы и переходят в другие компании. В Японии перемещение рабочей силы и менеджеров чаще проходит в рамках одной компании – место работы меняется, но компания остается той же. В этом большое преимущество организации, поскольку в течение срока своей службы в компании менеджеры получают возможность ознакомиться с различными подразделениями компании и лучше понимают деятельность компании в целом.

Неверно идеализировать японский стиль менеджмента. При ближайшем рассмотрении реальной сущности японского менеджмента очевидно широкое использование работы в сверхурочное время, существование огромной массы непривилегированных «субконтрактников», работающих за меньшие деньги, чем «люди компании», часто в сверхурочное время или в выходные дни.

Основные принципы европейско-американского стиля организации и управления, противопоставляемые азиатским, менялись весь прошлый век. Одно из основных направлений – ситуационизм. Его основополагающий принцип – действовать по обстоятельствам. Следует рутинизировать работу и жестко контролировать работника везде, где мы можем осуществить такой контроль, одновременно сделав труд более свободным и творческим там, где нет возможности осуществлять жесткий контроль. Тогда мы будем эффективно управлять, используя одновременно «гуманные» и «негуманные» методы.

Ситуационизм в таком виде является естественной составной частью европейско-американской реалии управления, поскольку отражает современную экономическую политику в среде коммерции, направленную на выработку «двух тактик» по отношению к наемному труду.

Различия в азиатском и европейском менеджменте проявляются в производственных процессах. Классическим примером является реализованная прежде всего в Азии

концепция «тощего» производства. В концепции «тощего» производства реализуется идея сочетания низкой себестоимости при больших объемах производства и разнообразия продукции и гибкости мелкосерийного производства.

Учитывая широко известные социально-психологические качества населения Российской Федерации, не следует ожидать успехов от внедрения «азиатских» методов управления. Они наиболее эффективны на данный момент, но не соответствуют российской ментальности. В современных условиях оптимальным стилем управления национальной экономикой России может явиться настойчивое внедрение ситуационализма в организациях всех уровней.

## **2. Фоломьев, А. Высокотехнологичный комплекс в экономике России // Экономист. – 2004. – №5. – С.42-49.**

Высокотехнологический комплекс экономики является целостной многоотраслевой совокупностью научных, образовательных, производственных, управленческих и консалтинговых структур, обеспечивающих инновационную направленность экономической трансформации России и воспроизводящую инновации, основанные на современных достижениях в области науки и техники, призванные вносить определяющий вклад в благосостояние народа, устойчивость и безопасность экономики и страны в целом.

Следует отметить, что возрастающий результат воздействия на экономическую динамику научно-технических и инновационных факторов достигается не просто использованием всеми субъектами хозяйствования, включая государство, преобразующих возможностей современной науки в обеспечении высокой конкурентоспособности, экономической устойчивости, национальной безопасности, достойного места страны в мировом сообществе, а целенаправленным стратегическим переводом национальных экономик на инновационный тип развития, путем особого внимания к

формированию в них и эффективному использованию высокотехнологического комплекса.

Характеризуя современное состояние высокотехнологического комплекса России, можно сделать вывод о слабой инновационной активности промышленных организаций, их низкой конкурентоспособности по сравнению с зарубежными товарами, для которых российский рынок наукоемких товаров открыт.

В целом самообеспеченность российской экономики высокотехнологичной системной продукцией остается чрезвычайно низкой, о чем говорят сопоставление объемов ее импорта, производства, экспорта и потребления. Наиболее развитые страны с системной экономикой стремятся, несмотря на значительные объемы внешней торговли, удовлетворить внутренние потребности в высокотехнологической продукции за счет, прежде всего, собственного производства. В середине 90-х годов у 5 стран (США, Япония, Германия, Англия, Франция) уровень самообеспеченности продукцией высокотехнологического комплекса составлял примерно 80%. В России данный показатель даже не учитывается, несмотря на его важную роль одного из индикаторов технологической безопасности.

Большинство организаций промышленности, в т.ч. и относящихся к высокотехнологическим комплексам, предпочитают заниматься продуктовыми инновациями, т.е. закупкой готового оборудования, используя НИОКР главным образом в действующем производстве. Для современной структуры высокотехнологических отраслей и сфер России характерны многие диспропорции, слабая развитость или полное отсутствие многих элементов. Эти диспропорции сформировались в ходе экономической трансформации ввиду нехватки инвестиционных ресурсов и просчетов в проведении экономических реформ.

Наряду с негативными тенденциями в современной экономике России есть и положительные черты, связанные с сохраняющимся высоким научно-технологическим потенциалом по некоторым видам экономической деятельности, являющимся одним из его важных стратегических резервов (авиация,

вооружение, космические технологии, некоторые виды химических и биохимических технологий, мощная плазменная электроника, система защиты опасных химических производств).

В ходе многолетней практики в России выделяется следующая совокупность приоритетных направлений перспективного развития науки и техники, которая условно может быть разделена на 3 группы.

*Первая группа* приоритетов увязывается, прежде всего, с национальной безопасностью России, ее позициями в мировой науке. Сюда относятся фундаментальные и прикладные направления исследований, ориентированных на использование потенциала отраслей оборонного комплекса для разработки конкурентоспособных системных технологий и гражданской продукции.

*Вторая группа* включает приоритетные направления, призванные обеспечить развитие высокотехнологических производственных отраслей, обеспечивающих технологическую базу перевооружения промышленности на основе новейших технологий, в том числе в добыче и переработке сырья. Эта группа приоритетов ориентирована на импортозамещение.

*Третья группа* приоритетов включает технологии, в наибольшей степени ориентированные на решение социальных задач, на поддержку отечественных производителей товаров массового спроса, которые в состоянии обеспечить внутренние потребности по многим направлениям, но не обладают на внешних рынках необходимой конкурентоспособностью.

Однако разрабатываемые и реализуемые приоритеты в области науки и высоких технологий не дают пока ожидаемых существенных подвижек в росте конкурентоспособности наукоемких товаров и формировании российскими производителями собственных ниш на мировых товарных рынках.

**Реферат** – краткое изложение содержания документа или его части, включающее основные фактические сведения и выводы, необходимые для первоначального ознакомления с документом и определения целесообразности обращения к нему.

**Сущность и назначение реферата** заключается в кратком изложении (с достаточной полнотой) основного содержания источника, в передаче новой проблемной информации, содержащейся в первичном документе.

В отличие от аннотации, отвечающей на вопрос, о чем говорится в первичном документе, и дающей общее представление о нем, его сжатую характеристику (обычно в виде перечня основных проблем), реферат дает ответ на вопрос, что именно, что нового, существенного содержится в первичном документе, и передает, излагает основное содержание документа, новую проблемную информацию, содержащуюся в нем.

Составление рефератов (реферирование) представляет собой процесс аналитико-синтетической переработки первичных документов с целью их анализа и извлечения необходимых сведений.

В **структуре** реферата выделяются три основных компонента: библиографическое описание, собственно реферативный текст, справочный аппарат.

Текст реферата может включать следующие сведения:

- тему, исследуемую проблему; предмет (объект), цели и содержание работы;

- методы исследования;

- конкретные результаты (приводятся основные теоретические, экспериментальные, описательные результаты, при этом предпочтение отдается новым и проверенным фактам, результатам долгосрочного значения, открытиям, важным для решения практических вопросов);

- выводы автора (оценки, предположения), принятые или отвергнутые гипотезы, описанные в первичном документе;

- область применения, пути практического применения результатов работы.

При необходимости в тексте реферата приводятся:

- сведения об авторе, его трудах (приводятся наиболее важные труды автора);
- таблицы, схемы, графики, формулы, необходимые для уяснения основного содержания документа;
- технология, применяемое оборудование и условия проведения исследования;
- ссылки на наличие библиографии и иллюстративного материала (если их нет в библиографическом описании).

Цель реферата – передать основную, существенную, новую информацию, содержащуюся в реферируемом документе.

Композиционно текст реферата состоит из трех частей: **вступления, основной части и заключения.**

Во вступлении, как правило, приводятся краткие сведения об авторе, дается общая характеристика источника. В основной части приводятся все существенные положения, новые сведения, содержащиеся в первичном документе. В заключении приводятся выводы автора, обобщения, резюме.

### **Языковые и речевые стандарты-клише для реферирования**

1. - *Работа*

- *Книга*

- *Монография*

- *Коллективная монография*

*состоит из..., состоящая из...*

2. *Работа является результатом научного сотрудничества экономистов... и ... в области... Она написана коллективом авторов в следующем составе: ...*

3. - *В работе*

- *В книге*

- *В монографии*

- *В брошюре*

- *В сборнике статей*

- *В статье*

<p><b>Анализируется</b>  (какая) проблема  Проблема (чего)  Соотношение таких явлений,  как  Система (чего)  Положение (чего)  Роль (чего в чем)  Итоги (чего)</p>	<p><b>Анализируются</b>  (основные) проблемы (чего)  Такие проблемы, как  противоречия (чего)  Структура и роль (чего)  Различные подходы (к чему)  Итоги (чего)</p>
<p><b>Дается</b>  (какая) теория  Общая характеристика (чего)</p>	<p><b>Даются</b>  Результаты (чего)</p>
<p><b>Излагается</b>  (какая) теория  Теория (чего)</p>	<p><b>Излагаются</b>  (какие) проблемы  Проблемы (чего)  (общие) нормы (чего)  Правила (чего)</p>
<p><b>Исследуется</b>  (какая) проблема  Проблема (чего)  Процесс (чего)</p>	<p><b>Исследуются</b>  (основные) проблемы (чего)  Такие проблемы, как принципы  (чего)  Процессы (чего)  (новейшие) применения (чего в  чем)  Сдвиги (в чем)  (существующие) методы (чего)  Формы и методы (чего)  Вопросы, связанные (с чем)  Вопросы, относящиеся (к чему)</p>
<p><b>Обосновывается</b>  (какая) теория  Тезис (о чем)</p>	<p><b>Обосновываются</b>  (какие) взгляды</p>
<p><b>Обобщается</b>  Опыт (кого, чего)</p>	<p><b>Обобщаются</b>  Выводы (кого в чем)</p>
<p><b>Описывается</b>  (какая) теория  Теория (чего)  Методика (чего)</p>	<p><b>Описываются</b>  (какие) теории  (основные) закономерности  (чего)</p>

<p><b>Освещается</b>  (какая) проблема  Проблема (чего)  Система (чего)  Концепция (чего)</p>	<p><b>Освещаются</b>  (какие) проблемы  Основные закономерности (чего)  Ход и результаты (чего)  Вопросы, относящиеся (к чему)</p>
<p><b>Показывается</b>  Сущность (чего)</p>	<p><b>Показываются</b>  Возможности (чего)</p>
<p><b>Подвергается</b>  Критике теория (чего)</p>	<p><b>Подвергаются</b>  Критике теории (чего)</p>
<p><b>Приводится</b>  (обширный, статический) материал (о чем)  Анализ (чего)</p>	<p><b>Приводятся</b>  Сведения (о чем)  Данные, характеризующие (что)</p>
<p><b>Разбирается</b>  (какая) проблема  Проблема (чего)</p>	<p><b>Разбираются</b>  (какие) проблемы  Такие проблемы, как особенности (чего)</p>
<p><b>Раскрывается</b>  (какая) проблема  Содержание понятия  Роль (чего)  Значение (чего)  Соотношение (чего)  Связь (между чем)  Связь (чего с чем)  Сущность (чего)</p>	<p><b>Раскрываются</b>  (какие) проблемы  (основные) положения (чего)  (основные) принципы (чего)  Основы (чего)  Закономерности (чего)  Теоретические и методологические положения  Степень и характер (чего)  Причины (чего)</p>
<p><b>Рассматривается</b>  (какая) проблема  Проблема (чего)  Сущность (чего)  Комплексный характер (чего)  Позиция (кого)  Место (чего в чем)  Система (чего)</p>	<p><b>Рассматриваются</b>  (какие) проблемы  Проблемы (чего)  (какие) вопросы (чего)  Природа и структура (чего)  Сущность и функции (чего)  (основные) принципы (чего)  (различные) формы (чего)  (различные) аспекты (чего)  Связи (между чем)  Пути (чего)</p>

<b>Содержится</b> Изложение теории (чего)	<b>Содержатся</b> (основные) положения (чего) (основные) принципы (чего)
	<b>Сопоставляются</b> Полученные данные (о чем) Понятия Позиции (кого) Различные точки зрения
<b>Характеризуется</b> Сущность (чего) (современный) этап (чего) Значение (чего) Механизм (чего) Соотношение (чего)	<b>Характеризуются</b> (основные) направления (чего) (основные) этапы (чего) Особенности (чего) (объективные) предпосылки (чего, для чего) Взгляды (кого) Свойства (чего) Роль и значение (чего) Особенности и содержание (чего)
<b>Устанавливается</b> Закономерность (чего) (новое) понятие (чего) Тенденция (чего)	<b>Устанавливаются</b> (основные) закономерности (чего) (основные) законы (чего) Следующие положения

4. Речь идет о том, что...

*Проанализирован круг проблем (чего)*

*Автор анализирует (что) и дает оценку (чему)*

*Автор обращает внимание на то, что...*

*Авторы исследуют причины (чего)*

*Авторы рассматривают (что) с точки зрения (чего) и др.*

## Задания

*1. Прочитайте образец реферата книги, проанализируйте его композицию, выделите языковые стандарты-клише, определите, с какой целью они используются.*

**ООН и проблемы перестройки международных экономических отношений. – М., 1987. – 214 с.**

Монография, состоящая из введения, пяти глав и заключения, подготовлена авторским коллективом в следующем составе: А. В. Березной, Т. А. Бунина, Н. Г. Зайцев, И. Д. Иванов, М. В. Козырева, Э. Е. Обминский, Е. А. Росина, П. Г. Семенихин, Е. Н. Федоренко.

Проблемы перестройки международных экономических отношений (МЭО) на справедливых, демократических началах, роль ООН в этом процессе авторы стремятся рассматривать в широкой исторической перспективе, в диалектической связи с общими тенденциями и закономерностями общественного развития. Так, в первой главе выявляются исторические корни и основные этапы эволюции программы нового международного экономического порядка (НМЭП), оцениваются практические результаты, достигнутые в ходе борьбы за ее реализацию. Во второй главе дается характеристика основных направлений перестройки МЭО в социально-экономической деятельности ООН, к которым авторы относят проблемы: демократизации международной торговли и борьбы с протекционизмом развитых капиталистических государств, стабилизации торговли сырьем, нормализации условий передачи технологии развивающимся странам, внешнего финансирования и задолженности стран Азии, Африки и Латинской Америки, преодоления отставания наименее развитых освободившихся государств.

В третьей главе проблемы перестройки МЭО рассматриваются под углом зрения развернувшейся вокруг них идейно-политической борьбы в рамках ООН. При этом авторы подробно исследуют сущность, формы и методы дипломатии

развивающихся государств, а также эволюцию отношения империалистических государств к программе НМЭП.

В четвертой главе проблемы МЭО увязываются с критическим анализом концепции развития («коллективной опоры на собственные силы», «основных нужд», «взаимозависимости»).

В пятой главе, разбирая пути решения проблемы развития перестройки МЭО, авторы особое внимание уделяют вопросам обуздания гонки вооружений, нормализации экономического обмена между странами, принадлежащими к различным социально-экономическим системам.

Как отмечают авторы, опыт борьбы, развернувшейся в ООН по проблемам перестройки МЭО, убедительно показывает, что само ее возникновение – объективное, закономерное явление. В широком историческом плане движение за перестройку является составной частью прогрессивных изменений в мире.

Авторы обращают внимание на многие трудности, которые постоянно возникают в ходе борьбы за перестройку МЭО. Вполне закономерно, что если в период разрядки для многосторонних переговоров по проблемам НМЭП был характерен более или менее продуктивный диалог, то в условиях ухудшения политического климата в мире западная дипломатия смогла не только завести эти переговоры в тупик, но и перечеркнуть многое из достигнутого ранее. Именно в условиях антиразрядки она смогла быстро оправиться после шока середины 70-х годов, противопоставить требованиям молодых государств новый концептуальный и технико-дипломатический арсенал, а кое-где даже вернуться к политике силового давления. Впрочем, такой поворот объясняется возможностями материальной базы. Так, за короткий срок Запад добился заметных успехов в экономии энергии и сырья, в результате чего инициатива на рынках этих товаров в начале 80-х годов вновь перешла к нему. Разведаны и освоены новые месторождения в самых развитых капиталистических странах. Транснациональные корпорации сохранили контроль над товаропроизводящей сетью мировой сырьевой торговли (транспорт, хранение, первичная обработка, сбыт), т.е.

посреднические позиции между развивающимися странами и конечными потребителями их товаров. На Западе начался новый этап, связанный с широким внедрением микропроцессоров и робототехники, что поставило развивающийся мир перед фактом их резкого технологического отставания и соответствующего усиления технологической зависимости. В то же время империалистическим государствам удалось отстоять свой контроль над ГАТТ, МВФ и МБРР. Углубилась координация позиций западных держав по вопросам НМЭП, строже стала их групповая дисциплина. Именно на этой основе Запад пошел в наступление против основных требований молодых государств в области перестройки международных экономических отношений, наступление, которое осуществлялось прежде всего путем дезинтеграции платформы НМЭП как единой программы и сведения ее к переговорам по отдельным разрозненным вопросам. Между тем, в широком историческом плане последовательная реализация НМЭП связана, прежде всего, с активизацией борьбы за него радикального революционно-демократического крыла в освободившихся государствах.

*2. Используя языковые клише, характерные для реферата, опишите, как разные авторы определяют понятие конкурентности, составьте связный текст.*

1. Конкуренция есть стремление как можно лучше удовлетворить критериям доступа к редким благам (современный американский экономист П. Хайне). 2. Конкуренция – это наличие на рынке большого числа независимых покупателей и продавцов, возможность для покупателей и продавцов свободно выходить на рынок и покидать его (К. Макконелл и С. Брю). 3. Конкуренция – это соперничество старого с новым (И. Шумпетер). 4. Конкуренция – процесс, посредством которого люди получают и передают знания. На рынке только благодаря конкуренции скрытое становится явным. Конкуренция ведет к лучшему использованию способностей и знаний (австрийский ученый Ф. Хайек). 5. Конкуренция – динамичный и развивающийся

процесс, непрерывно меняющийся ландшафт, на котором появляются новые товары, новые пути маркетинга, новые производственные процессы и новые рыночные сегменты (М. Портер). 6. Конкуренция – это соперничество на каком-либо поприще между отдельными юридическими или физическими лицами (конкурентами), заинтересованными в достижении одной и той же цели (Г.Л. Азоев). 7. Рыночная конкуренция – борьба фирм за ограниченный объем платежеспособного спроса потребителей на доступных сегментах рынка (А.Ю. Юданов).

*3. Передайте содержание данных фрагментов в форме, характерной для реферата, используйте глаголы **считать, полагать, утверждать**, а также конструкции, указанные на с. 16 - 19.*

1. Характерное для современной эпохи усиление взаимодействия национальных и международных факторов развития экономики оказывает растущее влияние на возможности и перспективы российского бизнеса. По существу складывается все большая общность критериев экономической эффективности решений, принимаемых на микроуровне в пределах страны и в мировом хозяйстве. В то же время, макроэкономическая эффективность этих решений с точки зрения российского государства и зарубежных стран существенно различается.

2. При защите экономических интересов российских предприятий, граждан и государства необходимо учитывать, что именно мирохозяйственная ситуация и прежде всего развитие стран – лидеров мировой экономики задают условия развития России, в значительной мере определяют результативность использования национальных факторов экономического развития. Поэтому для обеспечения его устойчивости и эффективности на макро- и микроуровнях России важно повышать возможности своего влияния на мирохозяйственную ситуацию, в которую она вовлечена, повышать степень своей конкурентоспособности и, не в последнюю очередь, значение ресурсобеспеченности не только для ее собственного развития, но и для развития других стран.

3. Кардинальные сдвиги в социально-экономической системе страны, произошедшие в ходе рыночных реформ, требуют умения переводить народнохозяйственные потребности страны на язык интересов бизнеса различного уровня, понимать и поддерживать взаимосвязь и взаимовлияние макро-, мезо- и микроэкономических хозяйственных процессов, осуществлять настройку государственной экономической политики на активизацию предпринимательских стимулов в рамках их общественно-полезного действия. Это относится как к национальным (внутренним), так и к международным (внешним), условиям и факторам хозяйствования, к их взаимодополнению и взаимовлиянию.

4. Финансовый анализ является исходным этапом при построении любой финансовой модели в процессе стратегического управления. Он необходим для всесторонней оценки положения предприятия, поскольку прочное финансовое положение является важнейшим конкурентным преимуществом предприятия и свидетельствует о его потенциале.

5. Эффективное управление персоналом признается в настоящее время важнейшим фактором экономического успеха любой организации и является ключевой составляющей бизнеса. Оно должно быть нацелено на повышение эффективности и результативности деятельности организации. Мотивация как совокупность внутренних и внешних движущих сил, побуждающих человека к деятельности, придает этой деятельности направленность, ориентированную на достижение конкретных целей организации. В этой связи задействование мотивационного механизма работников для повышения активизации их деятельности является очень актуальным.

#### *4. Напишите рефераты по следующим статьям.*

##### **1. Пелих, А.С. Бизнес-план и его роль в современном предпринимательстве// Бизнес-план или как организовать собственный бизнес. – М., 2004. – С. 3 - 6.**

Реформы в экономике неразрывно связаны с изменением стереотипов управления, методов и подходов в планировании и осуществлении преобразований. Сущность этих преобразований заключается в быстром и фундаментальном изменении действующих процедур.

В истории человеческого общества не было такой экономической системы, развитие которой совершалось бы без всякого воздействия со стороны заинтересованных субъектов или определенных структур управления. В значительной степени успех или неуспех предпринятых усилий зависит от совершенствования организации управления и его важнейшей функции – планирования.

В современной быстроменяющейся экономической ситуации невозможно добиться положительных результатов, не планируя своих действий и не прогнозируя последствий.

Планирование – это определение цели развития управляемого объекта, методов, способов и средств ее достижения, разработка программы, плана действия различной степени детализации на ближайшую и более отдаленную перспективу.

Планирование – одна из важнейших предпосылок оптимального управления производством.

Планирование необходимо любой организации, которая намеревается предпринимать какие-то действия в будущем.

Процесс планирования позволяет увидеть весь комплекс будущих операций предпринимательской деятельности и предвосхитить то, что может случиться. Особенно важно планирование в коммерческой деятельности, где требуются предвидение в долгосрочной перспективе и предварительные разработки, предшествующие первым шагам предприятия.

Предпринимательство – это процесс принятия решений, их реализации и оценки результатов принятых действий, план же дает основу для принятия рациональных решений.

Работа без плана является реакцией на совершающиеся события, деятельность на основе плана – реакция на предвиденные и запланированные явления.

Современная экономическая ситуация, связанная с активным развитием рыночных отношений, диктует предприятиям новый подход к внутрифирменному планированию. Они вынуждены искать такие формы и модели планирования, которые обеспечивали бы максимальную эффективность принимаемых решений.

Оптимальным вариантом достижения таких решений является новая прогрессивная форма плана – бизнес-план.

Успех в мире бизнеса решающим образом зависит от трех элементов:

- 1) понимания общего состояния дел на данный момент;
- 2) представления того уровня, который вы собираетесь достичь;
- 3) планирования процесса перехода из одного состояния в другое.

Бизнес-план позволяет решить эти проблемы. Он включает разработку цели и задач, которые ставятся перед предприятием на ближайшую и дальнюю перспективу, оценку текущего состояния экономики, сильных и слабых сторон производства, анализ рынка и информацию о клиентах. В нем дается оценка ресурсов, необходимых для достижения поставленных целей в условиях конкуренции.

Бизнес-план поможет предупредить и достойно встретить многие неизбежные проблемы в развитии бизнеса. Конечно, он не может исключить всех ошибок, он дает возможность продумать свои действия. Он является инструментом, с помощью которого возможен контроль и управление производством. Бизнес-план позволяет управлять по предварительному плану, а не просто реагировать на события.

Бизнес-план позволяет показать выгодность предполагаемого проекта и привлечь возможных контрагентов, потенциальных финансовых партнеров. Он может убедить

инвесторов в том, что вы нашли привлекательные возможности развития производства, позволяющие успешно осуществлять намеченное, и предприятие имеет эффективную, реалистичную и последовательную программу осуществления целей и задач проекта. Инвестор вложит свои средства лишь в тот проект, который с достаточной вероятностью гарантирует ему получение максимальной прибыли.

Бизнес-план, описывая все основные аспекты будущего предприятия, анализируя проблемы, с которыми оно может столкнуться, и определяя способы решения этих проблем, должен ответить на вопрос: «Стоит ли вообще вкладывать средства в этот проект и принесет ли он доход, который окупит все затраты?»

Бизнес-план может носить характер текущего (один год) или перспективного (3-5 лет) плана.

Таким образом, бизнес-план предстает как определенная модель деятельности предприятия, которая использует все наработки традиционного планирования применительно к категориям рыночной экономики: бизнесу, конкурентной борьбе, деятельности маркетинговых служб, коммерческому риску, стратегии финансирования, достижения безубыточности и необходимого уровня рентабельности, качественному обслуживанию потребителя.

Бизнес-план в нашей стране до недавнего времени рассматривался как план какого-то одного мероприятия или как план становления и развития небольшого предприятия. Но опыт таких крупнейших зарубежных корпораций, как «Дженерал моторс», «Тоета», «Сименс», убедительно показывает, что бизнес-план применим и для управления крупным производством, регламентируя всю его деловую жизнь. Отличие бизнес-плана от ранее применявшегося планирования производства в том, что он не только организует всю внутреннюю сторону процесса производства на предприятии, но и стремится увязать ее с рыночными требованиями.

**2. Котлер, Ф. Новая экономика // Маркетинг менеджмент. 11-е изд./ Ф. Котлер. – СПб., 2005. С. 25 - 27.**

Цифровая революция открывает перед потребителями и организациями массу новых возможностей. Взгляните, у потребителей сегодня есть то, чего у них вчера еще не было.

*Значительное увеличение власти покупателя.*  
Современному покупателю достаточно несколько раз щелкнуть «мышью», чтобы сравнить цены конкурирующих поставщиков и характеристики альтернативных товаров. С помощью Интернета все это можно узнать за несколько секунд. Не нужно ездить по магазинам, искать свободные места на стоянках, стоять в очередях и дискутировать с продавцами. На сайте *Priceline.com* потребитель может даже сам назвать цену, которую он готов заплатить за номер в отеле, билет на самолет или процент по кредиту, и посмотреть список заинтересовавшихся им компаний. Организации-покупатели могут проводить аукционы, на которых поставщики ведут борьбу за право обслуживания заказчика. Покупатели могут объединяться и получать большие скидки за объем покупки.

*Большой ассортимент доступных товаров и услуг.*  
Сегодня в Интернете можно заказать практически все: мебель (*Ethan Allen*), стиральные машины (*Sear*), консультации по менеджменту (“*Ernie*”), медицинскую помощь (кибермедицина). *Amazon.com* рекламирует себя как самый большой в мире книжный магазин. Ни один реальный магазин физически не способен предложить такое количество наименований (свыше 3млн книг). Более того, заказ можно сделать из любой точки планеты, благодаря чему люди из стран с ограниченным товарным ассортиментом могут существенно сэкономить. Кроме того, жители стран, где цены являются высокими, могут заказывать более дешевые товары у поставщиков из других регионов.

*Большой объем информации практически обо всем.*  
Можно почитать любую газету из любой страны мира. Можно воспользоваться онлайн-выми энциклопедиями, словарями, медицинскими справочниками, рейтингами кинофильмов,

потребительскими отчетами и бесконечным множеством других источников информации.

*Простота общения, размещения и приема заказов.* Современный покупатель может сделать заказ из дома, офиса, со своего мобильного телефона 24 часа в сутки, 7 дней в неделю, причем товар будет быстро доставлен на дом.

*Возможность обсуждать товары и услуги.* Покупатель может принять участие в диалоге на какую-либо тему, обменяться информацией, высказать собственное мнение. Женщины могут обсудить общие семейные проблемы на сайте *iVillage*, любителям кино достаточно обратиться в один из многочисленных чатов на эту тему.

Новые возможности появились и у организаций.

Компаниям доступен новый, очень перспективный и всеобъемлющий канал обмена информацией, продвижения товаров и содействия бизнесу. На одном или нескольких web-сайтах компания может представить свои товары и услуги, свою историю, философию бизнеса, информацию о вакансиях и вообще все, что может представлять интерес для кого-либо. В отличие от традиционных рекламных объявлений и буклетов Интернет позволяет передавать практически неограниченные объемы информации. *Grainger* и другие компании предлагают на своих web-сайтах гигантские каталоги, облегчающие поиск и заказ продукции. Превратить web-сайт в магазин и информационный портал может любая фирма. Более того, поскольку Интернет – это всемирная сеть, то и за информацией и заказами могут обращаться люди со всего земного шара.

Компании могут собирать более полную и подробную информацию о рынках, существующих и потенциальных покупателях, конкурентах. С помощью Интернета можно не только найти «море» информации, но и провести новые маркетинговые исследования. Сеть может использоваться для ведения фокус-групп, рассылки анкет и прочих способов сбора первичных данных.

Компании могут развиваться и увеличивать внутренние коммуникации между своими работниками. Благодаря закрытым корпоративным компьютерным сетям сотрудники

могут задавать вопросы друг другу, обращаться за советами, загружать необходимую информацию на сервер компании.

У компаний появляется возможность осуществлять двусторонние коммуникации с существующими и потенциальными покупателями, осуществлять эффективные транзакции. С помощью Интернета пользователю легко отправить в интересующую его фирму электронное сообщение и получить ответ. Все больше компаний создают экстранеты (внешние сети) со своими поставщиками и дистрибьюторами. Такие сети используются для обмена информацией, размещения заказов, повышения эффективности платежей.

Теперь компании могут рассылать покупателям рекламу, купоны, образцы своей продукции, информацию. Получателями становятся те, кто проявил интерес к подобным отправлениям или дал согласие на рассылку.

Компании могут предлагать услуги в соответствии с индивидуальными особенностями покупателей. Можно узнать, сколько пользователей посетили web-сайт и как часто они это делали. Введя эту информацию в базу данных и дополнив ее другими сведениями, компания способна расширить свои возможности по кастомизации (подгонки под индивидуальные особенности потребителя) сообщений, товаров и услуг.

Могут быть усовершенствованы процессы закупок, найма и обучения персонала, внутренние и внешние коммуникации. Любая компания не только продает, но и закупает какие-либо товары. С помощью Интернета можно сравнивать цены, закупать материалы при проведении тендеров или на индивидуальных условиях. Все это способствует значительной экономии денежных ресурсов. Многие организации разрабатывают для работников, дилеров и агентов специальные обучающие программы, которые загружаются из Интернета и легко обеспечивают обновление баз данных.

Появляется возможность для существенного улучшения производственной и транспортной логистики и соответственно экономии затрат одновременно с ростом точности и качества сервиса. Интернет позволяет точнее и быстрее рассылать и получать информацию, осуществлять заказы, транзакции,

платежи между организациями, партнерами по бизнесу, покупателями.

Вместе с новыми возможностями информационной эпохи появляются и новые формы маркетинга и бизнеса. Для индустриальной эпохи были характерны массовое производство и массовое потребление, сверхизбыток товарных запасов в магазинах, повсеместная реклама, неистовое ценовое стимулирование сбыта. Информационная эпоха обещает принести с собой точно выверенные объемы производства, более целенаправленные коммуникации, корректные цены.

Но что такое маркетинг и какова его роль в преодолении возникающих перед нами проблем? Прежде всего, маркетинг позволяет идентифицировать и удовлетворить человеческие и социальные потребности. Одно из самых коротких определений маркетинга звучит так: маркетинг – это «прибыльное для компании удовлетворение потребностей других людей». Именно нацеленность на насыщение потребностей клиентов дает возможность организовать новый прибыльный бизнес. Специалисты компании *Procter & Gamble* заметили, что многие люди страдают от избыточного веса, но не хотят лишаться любимых блюд, и предложили им «Olestra»; компания *CarMax* обнаружила, что покупатели подержанных автомобилей стремятся к уверенности и определенности, и создала новую систему торговли; компания *IKEA* пришла к выводу, что многие потребители нуждаются в хорошей недорогой мебели, и разработала новые принципы ее дизайна, производства и торговли. Все это примеры превращения частной или социальной потребности в прибыльный бизнес. Однако маркетинг не так прост, как кажется.

Наибольшему риску подвергаются компании, которые не отслеживают изменения в поведении своих покупателей и конкурентов, не увеличивают ценность своих предложений. Очень многие компании небрежно относятся к определению целевых рынков или предлагаемых выгод. Соответственно они тратят чрезмерные деньги на привлечение новых покупателей, однако вскоре их теряют. Такие фирмы придерживаются краткосрочных, исключительно коммерческих взглядов на бизнес и в результате не удовлетворяют своих акционеров.

### *Использованная литература*

1. Демидова, А. К. Пособие по русскому языку. Научный стиль речи. Оформление научной работы. – М., 1991.
2. Реферирование в общественных науках: Теория и методика. – М., 1982.
3. Федосюк, М. Ю., Ладыженская, Т. А., Михайлова, О. А., Николина, Н. А. Русский язык для студентов-нефилологов. – М., 2000.

Редактор В. Л. Родичева

Подписано в печать 14.02.2008. Формат 60x84 1/16. Бумага писчая.  
Усл. печ. л. 1,86. Уч.-изд. л. 2,06. Тираж 100 экз. Заказ

ГОУ ВПО Ивановский государственный  
химико-технологический университет

Отпечатано на полиграфическом оборудовании  
кафедры экономики и финансов ГОУ ВПО «ИГХТУ»  
153000, г. Иваново, пр. Ф. Энгельса, 7