**Вищий навчальний заклад**

Харківський інститут економіки ринкових відносин та менеджменту

**( ХІЕРВМ )**

**Контрольна робота**

з дисципліни ***англійська мова***

Виконав студент ІІІ курсу

заочного відділення

економічного факультету

за спеціальністю „ Облік і аудит “

Півторонос Є.М.

Лубни 2008 рік

*Module 1*

|  |  |
| --- | --- |
| **THE PIANO MAN’S WORLD TOUR**  When Robert Kemble began importing German pianos into the UK in the 1890s, he could hardly have imagined that a century later the company that bears his name would be benefiting from Japanese links to export successfully from the UK.  The unusual result is one of the longest-running associations between UK and Japanese companies. It began in 1967 when Yamaha of Japan gave its UK organ agency to Kemble, then based in London. Now, after a series of deals deepening the relationship, Yamaha has a majority shareholding in Yamaha-Kemble Music, the Milton Keynes based sales company for most Yamaha musical instruments in the UK. Yamaha also has a majority stake in Kemble, based in nearby Bletchley.  Kemble began manufacturing Yamaha pianos for the UK market in 1984 and started exporting them to continental Europe two years later. Currently, two-thirds of the Bletchley factory's output is of Yamaha pianos, and 75 per cent of what it makes is exported.  Although Yamaha pianos account for a greater proportion of export sales, the Kemble brand has, over the past 30 years had considerable success in new overseas markets. In the 1980s. “80 per cent of exports went to continental Europe”, says Brian Kemble, joint managing director. This, however, has fallen to below 50 per cent as sales in Asia and North America have been built up.  British pianos are perceived as premier brands, and Asia's increasing affluence means more people can afford them. Cracking the market, however, has meant hard work. “We've gone out there and done a lot of footslogging. If we had not visited, they would have bought something else”, says Mr. Kemble.  Building up North American sales over the past three years has also involved a tremendous amount of legwork, identifying the top 200 dealers and what they stock, and visiting trade shows. Of course, the Yamaha connection has helped. “It gives us credibility in the US,” says Mr. Kemble.  People would say "Who is Kemble?" They are not interested in dealing with small companies. | **ПОДОРОЖ ВИРОБНИКА ПІАНІНО ПО СВІТУ**  Коли Роберт Кембл почав імпорт німецьких фортепіано до Великої Британії в дев’яності роки ХІХ ст., він важко міг уявити собі, що сторіччя пізніше компанія, яка носить його ім'я, отримуватиме вигоду з японських зв'язків для успішного експорту з Великої Британії.  Цей незвичайний результат був викликаний довготерміновими зв’язками між компаніями Великої Британії та японськими компаніями. Почалося все у 1967 році, коли японська Ямаха надала Кемблу організаційне агентство у Великій Британії, яке згодом розташувалось в Лондоні. В наш час, після серій угод, поглиблення взаємовідношення, Yamaha тримає більшість акцій у компанії Ямахa-Кембл М’юзік, заснованій Мілтоном Кінесом як компанія з продажу більшості музичних інструментів компанії Ямаха у Великій Британії. Ямаха також має більшу частку своїх активів в компанії Кембл, що знаходиться неподалік Блетчлі.  Кембл почав виробництво фортепіано Ямаха для ринку великої Британії в 1984 році і запустив експорт їх до континентальної Європи двома роками пізніше. Зараз дві третини продукції фабрики Блетчлі є фортепіано Ямаха, 75 відсотків якої йде на експорт.  Оскільки виробники фортепіано Ямаха розраховують на більшу пропорцію експортних продажів, бренд Кембл за минулі 30 років мав значний успіх на нових зовнішніх ринках. У 80-х роках ХХ ст. 80 відсотків експорту йшли до континентальної Європи”, говорить об'єднаний керівник Брайан Кембл. Зараз експорт впав до 50%, оскільки в країнах Азії та Північної Америки вже були налагоджені продажі.  Англійські фортепіано помічені як перші бренди, і зростаюча їх реалізація в Азії означає, що більше людей може дозволити собі подібне задоволення. Пробитися на ринок означало важку роботу. “Ми зробили багато важких кроків для здійснення мети і вийшли на ті ринки. Якби ми не відвідали азіатів, вони купили б щось інше”, говорить пан Кембл.  Організація продажів до Північної Америки за минулі три роки також потребувала величезного об’єму роботи, це й залучення 200 основних дилерів, забезпечення їх роботою, відвідування торгових показів, тощо. Звичайно, зв'язок з Ямаха допоміг. “Це надає нам довіру в США," говорить пан Кембл.  Люди можуть сказати: "Хто такий Кембл?". Очевидно, вони не зацікавлені в роботі з маленькими компаніями. |

*І.* *Match 1-5 with a-f to form expressions from the first two paragraphs of the article. (One of the words 1-5 is used twice)*

1. majority a) links
2. Japanese b) result
3. unusual c) company
4. longest-running d) shareholding
5. sales e) stake

f) associations

1. Yamaha has a majority shareholding in Yamaha-Kemble Music, the Milton Keynes based sales company for most Yamaha musical instruments in the UK.

2. When Robert Kemble began importing German pianos into the UK in the 1890s, he could hardly have imagined that a century later the company that bears his name would be benefiting from Japanese links to export successfully from the UK.

3. The unusual result is one of the longest-running associations between UK and Japanese companies.

4. The unusual result is one of the longest-running associations between UK and Japanese companies.

5. Now, after a series of deals deepening the relationship, Yamaha has a majority shareholding in Yamaha-Kemble Music, the Milton Keynes based sales company for most Yamaha musical instruments in the UK.

*ІІ.* *Now match the expressions to these equivalent expressions*

*a) an organization whose purpose is to sell goods*

An organization whose purpose is to sell goods is a trading organization, like The Kemble brand or Yamaha company.

*b) ownership by one company of more than half of another (two expressions)*

Now, after a series of deals deepening the relationship, Yamaha has a majority shareholding in Yamaha-Kemble Music, the Milton Keynes based sales company for most Yamaha musical instruments in the UK. Yamaha also has a majority stake in Kemble, based in nearby Bletchley.

*c) strange outcome*

The unusual result is one of the longest-running associations between UK and Japanese companies.

*d) connections with someone or something Japanese*

When Robert Kemble began importing German pianos into the UK in the 1890s, he could hardly have imagined that a century later the company that bears his name would be benefiting from Japanese links to export successfully from the UK.

*e) connections that have lasted the longest time*

The unusual result is one of the longest-running associations between UK and Japanese companies.

*ІІІ.* *Are the following statements true or false or is it impossible to say, given the information in the article? (lines 25-45)*

|  |  |
| --- | --- |
| a) When Kemble began making Yamaha pianos, they started exporting them to Europe immediately. | False |
| b) More than half of what Kemble makes in its Bletchley factory is Kemble pianos. | True |
| c) The Kemble brand of piano sells more than the Yamaha brand. | Difficult to say |
| d) Kemble also makes guitars. | False |
| e) Kemble now sells more Kemble-brand pianos outside Europe than inside. | Difficult to say |
| f) Kemble has always sold more Kemble-brand pianos outside Europe than inside | True |

*ІV.* *Find words and expressions in lines 46-67 to complete the gaps*

1. *traveling a lot in order to get information, make contact with the right people, etc. (two expressions):*

1. British pianos are perceived as premier brands, and Asia's increasing affluence means more people can afford them.

2. Building up North American sales over the past three years has also involved a tremendous amount of legwork, identifying the top 200 dealers and what they stock, and visiting trade shows.

1. *to find a way of getting into a market: to* crack *a market*;
2. *to keep something so that it is available to sell:* to make *a product*;
3. *names for goods that are well thought of:* high-quality commodities;
4. *a person, product or company that people take seriously has* its own brend;
5. *events where companies can show their goods, meet new customers, etc.:* trade shows.

Over to you 1

*What are the difficulties facing a small firm that wants to export to a particular country for the first time?* First of all, cracking its market, so as people of that country could trust the small firm’s goods.

Over to you 2

*Work with a partner. A is the boss of a small manufacturing company that is beginning to export. (Choose the type of product that**you make). В is an import agent looking for new products to import. A and B happen to be sitting next to each other on a plane. Roles play the conversation. Start with small talk, then talk about the possibility of doing business together. Finish by saying what you will do to keep in touch and what the next step will be. If you're working by yourself, write some lines of dialogue from the conversation.*

A: Мr Jones, I heard you were the director of the small American company dealing with production of modern electronics. Can you say what do you produce?

B: Yes, I can. Stuff to the computers, software. And as your name, forgive?

A: I am Mr. Brown, import agent. I am from London, looking for a partner. Could import your products to Great Britain. And do you, sometimes, not in «Microsoft Corporation» work?

B: No, not in «Microsoft Corporation». However our company enough successful and I am ready to cooperate with you. Tell me your bank essential elements and we can make first agreement.

А: Містере Джонс, я чув, що Ви є директором невеликої американської компанії з виробництва сучасної електроніки. Можете мені сказати, що Ви виробляєте?

Б: Так, можу. Комплектуючі до комп’ютерів, програмне забезпечення. А як ваше ім’я, пробачте?

А: Я містер Браун, агент з імпорту. Сам я з Лондона, шукаю партнера. Міг би імпортувати вашу продукцію до Великої Британії. А Ви, часом, не в «Майкрософті» працюєте?

Б: Ні, не в «Майкрософті». Проте компанія наша доволі успішна і я готовий співробітничати з Вами. Повідомте мені Ваші банківські реквізити і можемо укладати першу угоду.

*Module 2*

|  |  |
| --- | --- |
| **WINNING WAYS: DOES IT PAY TO BE COMPETITIVE IN THE WORKPLACE?**  Judging how competitive we should be in today's workplace is one of the most difficult problems for job-starters, according to Sue Cartright, an organizational psychologist. “We've inherited the values of the eighties, in which individualism and greed were rewarded”, she points out, “yet the nineties encourage collaboration and cooperation”.  In fact, says Angela Baron of the Institute of Personnel and Development, a surprising number of people damage their career prospects on entering a new office because they misjudge how competitive they should be. There are solutions however. “The first step is to find out about the environment itself”, she suggests. Too often, secretarial staff forgets that, while you may not be a cut-throat sales person yourself, the chances are that if you are working among them. It's a value likely to spread to the entire office.  Watch how people work, she advises, because attitudes are not always predictable. For example, increasing numbers of organizations are attempting to create a non-hierarchical atmosphere. Among these is London-based agency St Luke's. “Nobody has a desk; they can sit and work anywhere”, explains marketing manager Juliet Soskice. “There's a collaborative atmosphere, with everyone encouraged to put forward ideas, a secretary trying to prove herself by any means possible would hardly be welcome”.  According to organizational psychologist Judy Rose, you're less likely to be competitive if you're female. In fact new research by Peter York concludes that pushy women don't tend to make it to the top anyway. The study found that in very competitive environments, female staff could be anxious and intense. “It sounds like a stereotype but research shows women's style tends to be one of cooperation rather than competitiveness”, Rose explains. “Even as young children, boys are brought up with a focus on competitive sports, whereas girls are brought up to share and play in groups”. This, she believes, puts women at particular risk of being taken advantage of by more merciless colleagues. Careers adviser Susan Jeffcock disagrees.  Another recent study by Tuvia Melamid found that most successful female managers exhibited ‘macho kick-ass’ characteristics. One of the reasons for this difference is that the York research focused on Britain's most successful female chief executives, most of whom are over 40, while Melamid focused on managers who are mostly in their twenties and thirties. This shows how much age has to do with competitiveness – the latter groups are 1980s children whereas the older women weren't raised with such hard values. | **ШЛЯХИ ДО ПЕРЕМОГИ: ЧИ ВАРТО БУТИ КОНКУРЕНТНОСПРОМОЖНИМ НА РОБОЧОМУ МІСЦІ?**  На думку організаційного психолога С’ю Кертрайт, судити про нашу сьогоднішню конкурентоспроможність на робочому місці – одна з найважчих задач для працівників-початківців. “Ми є дітьми вісімдесятих років, коли індивідуалізм і жадібність були нагороджені”, говорить вона, “тоді як дев’яності заохочують співпрацю і кооперацію”.  Фактично, говорить А́нжела Ба́рон з Інституту персоналу і розробки, чимале число людей руйнують перспективи їхньої кар'єри на вході в новий офіс, тому що вони недооцінюють свою конкурентоспроможність. Проте, рішення є. “Перший крок – з'ясувати все про оточення безпосередньо”, пропонує А́нжела. Дуже часто секретарський штат забуває, що, тоді як ви, можливо, не є менеджером з продажів безпосередньо, ви маєте шанси виконувати його функції, перебуваючи в колах менеджерського штату певного офісу, адже працюєте ви на спільну мету.  Спостерігайте, як люди працюють, радить вона, тому що відносини не завжди прогнозовані. Наприклад, збільшуючи кількість організацій, намагаються створити неієрархічну атмосферу. Серед них – це засноване в Лондоні агентство св. Люка. “Ніхто не має контори; вони можуть сидіти і працювати де завгодно”, пояснює менеджер з маркетингу Джульєта Соскіс. “Є партнерська атмосфера, де кожного заохочують подавати нові ідеї; малоймовірно, що секретаря, який намагається показати себе всіма можливими засобами, правильно зрозуміють”.  Згідно з даними організаційного психолога Джуді Роуз, ви менш конкурентноспроможні, якщо ви жінка. Нові дослідження Пітера Йорка говорять, що імпульсивні жінки не прагнуть викладатися на повну, так чи інакше. Вивчення показало, що в надконкурентних оточеннях, жіночий штат міг не бути адекватним. Це звучить подібно стереотипу, але дослідження показує, що жіночий стиль прагне бути кооперативним, замість того, щоб бути конкурентоспроможним”, пояснює Роуз. “Навіть малі діти, коли грають у футбол, хлопчики проявляють індивідуальність, тоді як дівчатка прагнуть об’єднуватись в групи”. Це, як вона вважає, відводить жінок у групу ризику бути використаними більш немилосердними колегами. Кар'єрний консультант Сьюзен Дже́фкок розходиться в думках з Джуді Роуз.  Інше недавнє дослідження Тувії Меламін показує інші характеристики найуспішніших жіночих менеджерів. Вона вважає, що бувають серед них «ма́чо» та надто бойові жінки. Одна з причин для цієї різниці – те, що дослідження Йорка зосередилося на найуспішніших жіночих керівниках Великобританії, більшості з яких за 40, тоді як Меламід зосередилася на менеджерах у віці від 20 до 40 років. Це показує, яке значення для конкурентоспроможності має вік. Діти 80-х років ХХ ст. змогли досягти чималих успіхів на цьому терені, тоді як жінки старшого віку, як кажуть, сидять на «одному місці». |

*І.* *What were the work values of the 1980s? And the 1990s? (lines 1-12) In your experience, which values are 'winning' now?*

I noticed the work values of the eighties were rewarded individualism and greed, yet the nineties encouraged collaboration and cooperation. In my own experience, the latter values are “winning” now.

*ІІ.* *True or false? (lines 1-44) Correct the false statements*

|  |  |
| --- | --- |
| a) It's easy to know how competitive to be when you start work in a new office. | False |
| 1. You should find out about the environment in order to… | True |
| 1. If you work with cut-throat salespeople, this will not affect you. | False |
| 1. Some organizations are non-hierarchical, but their number is not increasing. | False |
| 1. One non-hierarchical organization is St Luke's agency. | True |
| 1. People at St Luke's have their own offices. | False |
| 1. Everybody is encouraged to say what they think at St Luke's. | True |
| 1. Assertive, competitive people are welcome at St Luke's. | True |

*ІІІ.* *Find adjectives in lines 45-75 to complete these definitions*

Someone

1. who is aggressive and determined to succeed is pushy.
2. who is very worried is anxious.
3. whose feelings are very strong is intense.
4. who is cruel and shows no kindness is merciless.
5. usually a man, who behaves in a way that shows their strength and lack of concern for feelings is ‘macho kick-ass’.

f) who reaches their goals and is admired by others is successful.

IV. *Why, according to lines 59-66, are boys more competitive than girls? Why does Tuvia Melamid not believe this, at least in relation to women managers? (lines 69-84) What might explain this difference of opinion?*

Because as young children, boys are brought up with a focus on competitive sports, whereas girls are brought up to share and play in groups.

Tuvia Melamid don’t believe this merely because she focused on managers who are mostly in their twenties and thirties instead of York’s research focused on Britain's most successful female chief executives, most of whom are over 40. This shows how much age has to do with competitiveness – the latter groups are 1980s children whereas the older women weren't raised with such hard values.

Over tо you 1

*You are a journalist working for a business magazine. You interview someone who works in an office very like the one at St Luke's. Find out what the advantages and disadvantages are.*

*If you are working on your own, write live questions and answers from this interview, know how to behave.*

– Excuse me, do you work in this firm? If so, can I take a short interview at you?

– Yes, in this firm. How can I help you?

– Can it seems to me, but your office looks something like the London St. Luke‘s agency. Tell me, how are you working here?

– Easily and naturally. Nobody has a separate cabinet or office, we work on common cause. I, for example, have been allowed to come in my boss’ cabinet and use his computer. There is no hierarchy: everybody discharges the direct duties, there are no orders «from the top». Nobody puts itself higher than other. Absolute trust to each other. Everybody, even secretary, can give new suggestions, ideas, etc.

* To us such terms of labor. However not that at us mentality, so far…
* Forgive, it seemed to me a small accent in your pronunciation, where do you come from?
* I from Ukraine, it is Eastern Europe.
* You yourself can create a similar working atmosphere, it costs only to have the desire and study to it.

– Well, I thank you for an exhaustive interview.

– Пробачте, ви у цій фірмі працюєте? Якщо так, можу я взяти у вас коротеньке інтерв’ю?

– Так, у цій фірмі. Чим можу допомогти вам?

– Може мені здалося, але ваш офіс чимось нагадує Лондонське агентство св. Люка. Розкажіть, як вам тут працюється?

– Легко і невимушено. Окремої контори чи офісу ніхто не має, працюємо на спільну справу. Я, наприклад, можу зайти до кабінету свого боса і працювати на його комп’ютері. Немає ієрархії: кожен виконує свої прямі обов’язки, немає наказів «зверху». Ніхто не ставить себе вище за інших. Повна довіра один одному. Кожен, навіть секретар, може подавати нові пропозиції, ідеї.

* Нам би такі умови праці. Проте не та у нас ментальність, поки що…
* Вибачте, у вас невеликий акцент у вимові, звідки ви?
* Я з України, це Східна Європа.
* Ви ж і у себе можете створити подібну робочу атмосферу, варто лише мати бажання і вчитися цьому.
* Добре, дякую за вичерпне інтерв’ю.

Over to you 2

*Do you think that men are naturally more competitive than women?*

Well, I don’t really think so. Men and women themselves are so different, thus to judge who are more competitive is like a fruitless work, especially nowadays. I have even been standing on just the other way about, that is women win at the moment. May be due to their beauty, or to something other. However, women now have the higher probability to receive a job, than other “strong half” of mankind, alas.