

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний авіаційний університет

Факультет міжнародних відносин

Кафедра іноземних мов

ЕКЗАМЕНАЦІЙНІ ЗАВДАННЯ

з дисципліни

«Іноземна мова спеціальності»

для галузі знань: 29

«Міжнародні відносини»

спеціальність: 292

«Міжнародні економічні відносини»

освітньо-професійна програма:

«Міжнародні економічні відносини»

«Міжнародний бізнес»

Курс – 4

Семестр – 7, 8

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
КАФЕДРА ІНОЗЕМНИХ МОВ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри _____ Н. Гончаренко-
Закревська

«27» січня 2020 р.

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ №1
Дисципліна «Іноземна мова спеціальності»

1. Raise the issue. Mergers & Acquisitions.

2. Translate from English into Ukrainian.

A corporate bond is an investment in debt that is issued by a company and sold to an investor. The company gets the cash it needs and in return the investor is paid a pre-established number of interest payments. When the bond expires, or "reaches maturity," the payments cease and the original investment is returned.

The backing for the bond is generally the payment ability of the company, which depends on its future revenues. In some cases, the company's physical assets may be used as collateral.

Corporate bonds are issued in blocks of \$1,000 in face or par value. Almost all have a standard coupon payment structure. The investor receives regular interest payments from the issuer until the bond matures. At that point, the investor reclaims the face value of the bond. The bonds may have a fixed interest rate or a rate that floats according to the movements of a particular economic indicator. Corporate bonds sometimes have call provisions to allow for early prepayment if prevailing interest rates change so dramatically that the company deems it can do better by issuing a new bond.

Investors may also opt to sell bonds before they mature. If a bond is sold, the owner gets less than face value. The amount it is worth is determined primarily by the number of payments that still are due before the bond matures.

3. Translate from Ukrainian into English.

Усвідомлення значення створення власного бренду приходиться до керівників і власників компаній по мірі того, як вона досягає високого рівня розвитку, об'єму виробництва і продажу.

Бренд це сутність, що розвивається в часі, - від торгової марки як концепції, що складається з відомих елементів (фірмової назви, фірмового знаку, стилю, слогана), до чітко сприйнятої споживачами сукупності функціональних і емоційних елементів, єдиних з самим товаром (послугою) і способом його представлення.

Створення самого бренду і його подальший розвиток, позиціонування в тій ніші ринку, де є можливість забезпечити йому довге життя, визначатиметься тим, наскільки правильно була проведена сегментація ринку за товарами і категоріями споживачів, враховані тенденції, що складаються на ринку, креативна сама ідея рекламного звернення, що використовується в розкрутці бренду. Просування бренду — це процес, що об'єднується однією метою — зробити вашу торгову марку улюбленою для споживачів. Це цілісний комплекс рекламних заходів, спрямованих на те, щоб донести до споживачів ідею і переваги бренду.

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 1 від «27» січня 2020 року.

Викладач _____ Р. Слобоженко