



Образовательное частное учреждение высшего образования
«Российская международная академия туризма»

Кафедра иностранных языков и зарубежного страноведения

СОГЛАСОВАНО

Первый проректор

 В.Ю. Питюков

«15» января 2026 г.

УТВЕРЖДАЮ

Председатель приемной комиссии

 Е.Н. Трофимов

«16» января 2026 г.

**ПРОГРАММА
ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ
по дисциплине «Иностранный язык»
для поступающих по образовательным программам магистратуры**

«Утверждено»
на заседании кафедры
иностраннх языков и зарубежного страноведения
протокол № 4
от «25» декабря 2025 г.

Зав. кафедрой

 к.п.н., доцент Т.Н. Ефремцева

Химки 2026

Программа вступительного тестирования по иностранному языку для лиц, поступающих в магистратуру, разработана в соответствии с Государственными Образовательными Стандартами Высшего Образования.

Цель тестирования – определить степень сформированности коммуникативной компетенции, необходимой для успешного выполнения магистерских программ по иностранному языку. Абитуриент, поступающий в магистратуру, должен показать знание иностранного языка, навыки и умения по всем видам речевой деятельности.

Программа предусматривает входной уровень владения английским/французским языком по Европейской шкале не ниже B1(intermediate) – B2 (Upper-Intermediate).

Требования к вступительному тестированию по иностранному языку в магистратуру

Английский язык

Лексический материал

Знание лексического материала предполагает активное, двустороннее владение 1200-1500 лексическими единицами, а также правилами словообразования, т.е. знание слов, образованных от известных корней с помощью аффиксов, например: суффиксов имен существительных *-er, -ing, -ment, -tion (-sion), -ness, -ity*; имен прилагательных *-less, ful -able, -y*; числительных *-teen, -ty -th* наречий *-ly*; префиксов глаголов *re*; имен прилагательных *un-, dis*.

Грамматический материал.

Морфология. Имя существительное. Употребление имен существительных во множественном числе, притяжательном падеже. Артикль. Случаи употребления неопределенного, определенного и нулевого артиклей. Имя прилагательное. Употребление имен прилагательных в сравнительной и превосходной степенях, образованных с помощью суффиксов и вспомогательных слов, а также их исключения. Глагол. Употребление всех видовременных форм в действительном и страдательном залогах; перевод прямой речи в косвенную; знание и правильное

употребление правила согласования времен; знание и употребление модальных глаголов и их заменителей. Наречие. Употребление наречий в сравнительной и превосходной степени сравнения с помощью суффиксов и вспомогательных слов. При чтении ожидается узнавание и понимание предложений, содержащих глаголы во всех временных формах действительного и страдательного залога, различные значения модальных глаголов и их эквивалентов, герундий, причастие и инфинитив, а также конструкции с ними.

Синтаксис. Употребление простого (личного — безличного, нераспространенного — распространенного) предложения с простым глагольным, составным глагольным и именным сказуемым. Употребление сложного дополнения типа *I saw him cross/crossing the street*. Употребление трех видов условных предложений и смешанного типа. Употребление сложносочиненных и сложноподчиненных предложений с различными типами придаточных предложений. Ожидается узнавание и понимание сложносочиненных и сложноподчиненных союзных и бессоюзных предложений, содержащих простые и составные глагольные и именные сказуемые, различные типы подлежащих и второстепенных членов, в том числе выраженных неличными формами глагола.

Французский язык

Лексический материал.

Знание лексического материала предполагает активное, двустороннее владение 1200-1500 лексическими единицами, а также правилами словообразования, т.е. знание слов, образованных от известных корней с помощью аффиксов: суффиксов имен существительных *-ment, -eur(-euse), -té, -ier (-iere), -isme, -tion, -esse*; суффиксов имен прилагательных *-eux (-euse), -able; -al*, пре-фиксов глагола *re-*, суффиксов числительных *-ième*. Слова с приставкой *in-*. *Грамматический материал.*

Морфология. Имя существительное. Употребление имен существительных во множественном числе. Артикль. Употребление определенного и

неопределенного артиклей в их основном значении. Употребление сокращенной формы определенного артикля (*l'*); слитных форм артикля *du, des, au, aux*. Употребление партитивного артикля при существительных, обозначающих вещества и качества (*du pain, du courage*). Наиболее распространенные случаи употребления нулевого артикля. Употребление указательных и притяжательных прилагательных с существительными. Имя прилагательное. Место прилагательного при существительном в качестве определения, а также употребление женского рода; употребление степеней сравнения. Глагол. Употребление времен изъявительного наклонения *Présent, Passé composé, Futur immédiat, Passé Immédiat, Imparfait, Passé Simple, Plus-que-parfait*, глаголов I, II и III групп. Употребление возвратных глаголов в утвердительной и отрицательной форме. Употребление *Imperatif* (2-е лицо единственного и множественного числа и 1-е лицо множественного числа). Местоимения. Употребление личных (приглагольных) местоимений в функции подлежащего и дополнения (*me, te, le, la, les, lui, nous, vous, leur*); употребление самостоятельных местоимений (*moi, toi* etc), употребление неопределенно-личного местоимения *on*, безличного *il* (*Il fait chaud, il faut, il arrive*), употребление относительных простых местоимений (*qui, que, où, dont*) и сложных (*lequel, laquelle, auxquelles* etc.), употребление местоимений *en, y*. Местоимения и частицы. Относительные местоимения, например: *qui, que, où, dont, quoi, lequel*. Наречие. Употребление степеней сравнения наречий. Ожидается узнавание и понимание *Passé simple* (3-е лицо единственного и множественного числа), *Plus-que-parfait, Forme passive; Conditionnel Présent, Conditionnel Passé*, неличных форм глагола *Gérondif, Participe Présent*.

Синтаксис. Употребление простого предложения с глагольным и именным сказуемым. Употребление глаголов *etre* в качестве связки (*Nous sommes dans la cour*). Употребление вопросительного предложения с *est-ce que*, с вопросительными словами (*Où va-t-il?*). Употребление отрицательной формы предложения с *ne... pas, ne... rien, ne ...jamais, ne ... personne*. Употребление косвенного вопроса. Ожидается узнавание и понимание при чтении

инфинитивный оборот, выделительный оборот *c'est...qui, c'est...que* и ограничительный оборот *ne ... que*; сложноподчиненные предложения, в том числе с условным придаточным (*Si j'ai/j' avais/ j' avais eu le, j' irai/j' irais/ je serais alle au cinema*).

Вступительное тестирование в магистратуру проводится в виде Письменного теста, который включает в себя задания:

- Чтение и понимание текста. Выбор верного ответа на вопросы к тексту.
- Чтение текста и подстановка пропущенных предложений.
- Лексическое задание с выбором правильного слова из предложенных.
- Чтение текста с целью определить, соответствуют ли приведенные ниже высказывания его содержанию.
- Лексическое задание на знание терминов.
- Проверка знаний в области владения грамматикой.

Максимально возможное количество – 100 баллов.

Образец экзаменационных заданий по Английскому языку

Task №1

Read the article and answer the questions below. For each question 1-5, mark one letter (A, B, C or D) for the answer you choose.

From Satisfaction to Loyalty

Just how do you take your customers from satisfaction to loyalty? Those were the questions Dr Jodi Simco and Dr Mark Royal of Hay Group, a human resources consulting firm, answered at LOMA's recent Customer Service Conference. Simco and Royal talked about the link they've found between business culture, employee loyalty, customer loyalty and revenue growth.

'First, it's important to ask ourselves just what our definition of customer loyalty is,' Simco said. 'And based on our research, we've found that it's when your customers have a strong bond to you and come back to you time and time again. They view you as the provider of choice. So they're not just looking for the lowest-cost vendor. They're going to come back to your company and not only use your current products and services, but maybe start using some new ones and recommending them to others.'

Simco identified two factors that decide whether satisfied customers will become loyal ones: the outcome that customers experience and the process by which they receive it. 'We've all bought cars, and the car might be the most wonderful car, so

the outcome was positive,' Simco said. 'But we might decide not to go back to the car dealership because they were annoying to work with. In this case, the process was negative.' People, in the form of employees, are part of that process, she explained, and 'people are your key competitive advantage. It's your people who developed those relationships with your customers, and you really need to focus on them.'

Furthermore, when it comes to convincing people in your organisation of the impact that customer loyalty can have on your bottom line, the business case for building loyalty is quite simple. 'None of us is surprised that loyal customers are going to repurchase at two to four times the rate of just purely satisfied customers,' she said. 'And they're going to enthusiastically recommend your company to others. So they can serve as your best marketer. Loyal customers are also willing to pay more for your services.'

Hay Group has identified a few primary factors about a company that can make the difference between customer satisfaction and customer loyalty. 'The top

1. What produces customer loyalty, according to Simco in paragraph 2?

- A The price of the product
- B The quality of the product
- C The relationship with the supplier
- D The recommendation of friends

2. What, according to Simco in paragraph 3, is the key factor in making a company better than its rivals?

- A A superior product
- B Good quality staff
- C Good value for money
- D Good procedures for dealing with customers

3. In paragraph 4, what is given as the main benefit of having loyal customers?

- A It improves the company's image.
- B It increases profits.
- C It is easier than finding new ones.
- D They will accept higher prices.

4. What, according to Hay Group, is the main factor which changes customer satisfaction to customer loyalty?

- A Your customer does not have problems doing business with you.
- B Your customer gets what he asks for.
- C Your customer has confidence in you.
- D Your customer's own business becomes more profitable.

5. Why does Royal believe it is difficult for companies to be different from their competitors?

- A Their competitors can quickly imitate them.
- B Their competitors are spread all over the world.
- C Employees in different companies are equally hardworking.
- D Most companies nowadays are customer-centred.

Task №2

Read the article. Choose the best sentence from the list below to fill each of the gaps. For each gap 6-10, mark one letter (A to E).

- A. 'Aggressive' male leaders are admired; female ones are disliked, especially by other women.
- B. They also tend to be concentrated in future-oriented sectors such as consumer products and technology.
- C. They look at what the job involves and think the price is too big to pay.
- D. Those who haggled raised their starting offer by an average of \$4,053 – almost exactly the difference in men's and women's initial pay.
- E. Women are more likely to separate their working life from their home life, which makes it harder to go for a drink with the boss.

Why are so Few Women Running Big Companies?

The leaders of large public companies the world over are almost universally male. In America, only seven Fortune 500 CEOs are female; in Britain, only one woman runs a FTSE 100 company. An easier route for women to the top is to inherit. Husbands and fathers are more likely to entrust the business to their widows or daughters than the markets are, but those companies are generally smaller.

Why so few women? One answer is obvious: women are more likely than men to care children. But to some extent it may be a question of time: women are now reaching positions below CEO level in greater numbers than ever before, often rising through sales, marketing or finance. (6)_____

However, women still face three big problems in climbing the corporate ladder, says Herminia Ibarra of INSEAD. First, they fail to get the really stretching jobs. One study found that companies are much more likely to ask men than women to turn around a division in difficulties or to start a new one. Getting into line management is important (and 90% of line managers at big American firms are male), but it is not enough: women also need tough, broad assignments to win experience and promotion.

Second, women lack networks, not because they are deliberately excluded, but because people bond when they have much in common, and gender matters here. In particular, women lack the sort of networks that combine work and social life, which have proved hugely beneficial to men. (7)_____.

Third, women find it more difficult than men to develop an image compatible with leadership. There are fewer role models, and simply adopting a male style rarely works. (8)_____. A study of business owners presented at this year's meeting of the Academy of Management found that 26% of male owners, but only 5% of female ones, wanted to be thought of as an authority figure.

Sometimes women are their own worst enemies. A book by Linda Babcock and Sara Laschever called *Women Don't Ask* recently drew attention to their negotiating style. Ms. Babcock noticed that male graduates with a master's degree from her university were paid starting salaries almost \$4,000 above those of female students. On closer investigation, she found that the vast majority of the women

had accepted the initial pay offer, but that 57% of the men (against only 7% of the women) had asked for more. (9)_____

One senior headhunter says that boards frequently ask her to recruit women to top jobs. 'But when I get them there, the women say no. (10)_____' Maybe women have more sense than men.

Task № 3.

Read the article. Choose the best sentence from the list below to fill each of the gaps. For each gap 11-15, mark one letter (A to E).

- A. To put a good idea effectively and profitably into practice generally requires managerial experience and authority.
- B. Universities everywhere are largely state-financed.
- C. They are hugely successful: there are far more of them, and far more students, than ever before.
- D. Certainly, there are aspects of the university that firms might envy.
- E. For example, it gathers, under a single powerful brand, individuals contracted to supply it with their intelligence.

What might the company of the future look like?

Lawrence Summers, president of Harvard University, suggests in the latest Harvard Business Review that the American research university, eg. Harvard, might be a model for the company of the future.

He does not mean that firms should set up their own 'universities' – although plenty, from Motorola to McDonald's, have done that. Instead, they should adopt the research university's fluid and decentralized approach to creativity and hierarchy. "If you look at the organizations in the economy where the greatest value is being added," argues Mr Summers, "they are increasingly the organizations that share the values and character of universities."

(11) _____. They are, to start with, extraordinarily durable institutions. Mr Summers' own Harvard, founded in 1636, is very young compared with the University of Bologna, founded in 1088, or Paris and Oxford born less than a century later.

(12) _____. In the rich world alone, 39m people are now taking a university course of one sort or another. And they teach more subjects than ever before. Anyone tempted to mock McDonald's Hamburger University should look at the classes in food technology and catering that plenty of modern universities now provide.

The successful university has other characteristics that firms increasingly aspire to. (13) _____. Moreover, the deals struck by the most successful academics when they transfer from one university (often European) to another (usually American) are becoming more lucrative, with all sorts of perks regarded as normal.

But there is one big difference that Mr Summers does not mention. (14) _____.

Harvard's students may pay for their teaching, but the university's research, which Mr. Summers urges firms to copy, is subsidized with public money.

Public support gives most universities a financial stability that companies do not enjoy. Sure, companies succeed on the back of big ideas, but on the whole it is

their application that makes money. (15) _____. That is why clever 25-year-old graduates rarely run durably successful companies, even if they are from Harvard.

Task № 4

Read the article and decide whether each of the following statements (16-20) is true or false. Mark T for "true" and F for "false".

16. Managers from different countries approach tasks in different ways. _____
17. Lots of companies worldwide are truly international. _____
18. American companies think that globalization means developing an international culture. _____
19. If senior managers in a company are all from the same country, it's difficult to recruit people from other countries. _____
20. People can feel if they fit in a company or not. _____

Corporate Culture and National Characteristics

Steve Redwood, a London-based management consultant with Price Waterhouse, tells of a client who had brought together a team from eight different countries to work on a project. 'The national stereotypes applied,' he says. 'The people from Switzerland and Germany were mainly interested in the way the project was organized. The people from Spain took a much more intuitive approach. The British had a high level of skepticism about whether the whole thing really mattered. Language was not the issue. It was more basic than that.'

Behind this lies the most fundamental problem of all: the fact that outside a handful of companies – Lowell Bryan, a senior partner with McKinsey in New York puts it at between a dozen and 20 worldwide – even the biggest corporations are dominated by the culture of the home country. 'Outside that handful,' Mr Bryan says, 'companies are very German, or very British, or very American. One big difference with American companies is they think globalization means Americanising the world. Others don't have that arrogance.'

If top management all come from the home country, that makes it much more difficult to attract and keep a global pool of talent. 'People know when they fit in and when they don't,' Mr Bryan says. 'That's true even of national companies: there's a tendency for people to have gone to the same school, or all have trained as engineers. It's even more true when it comes to where you grew up.'

Task № 5

Fill in the gaps (21 - 30) with the words below (a-l). There are two extra words you do not need.

- a. emerging
- b. subject
- c. apparently
- d. concentrate
- e. communicate
- f. imply
- g. success
- h. statistics

- i. globally
- j. removed
- k. imposed
- l. specifically

Tobacco Companies Target Traditional Women

In the 1970s, tobacco companies successfully marketed smoking to women by linking their ad campaigns to the (21) ____ women's liberation movement. Now, they are (22) ____ using similar tactics to entice women in traditional societies (23) ____ to take up smoking, *Women's News* reported August 19.

As smoking in the developed world declines, tobacco companies are starting to (24) ____ on new markets in developing nations, especially in Asia. Female smoking rates in these countries have been low historically, a fact that marketers want to change with ads that (25) ____ that smoking (26) ____ equality, fitness, and trendiness. In South Africa, for instance, one ad shows a blonde woman smoking, with the message, "Do I look like I would cook you breakfast?"

As a result, (27) ____ show that female smoking is up in many Third World nations, including Cambodia, Malaysia, and Bangladesh. "Cultural prohibitions against tobacco use by women can be (28) ____ by social change and aggressive tobacco marketing," according to a recent World Health Organization report.

An American Cancer Society report said that tobacco firms are creating cigarette brands (29) ____ for women and sponsoring events such as concerts, art shows, and beauty pageants to appeal to girls. "It goes in waves around the world," said Dr. Omar Shafey, one of the report's editors. "As women experience democratization, they face these pressures intentionally (30) ____ upon them by the tobacco industry. In Lebanon, Egypt, and many [Persian] Gulf countries, women face these pressures."

"To enter the man's world that's taboo is part of the attraction," he added. "As waves of modernization spread, women seek to take up the bad habits of men."

Task № 6

Read the sentences below. For each sentence (31 – 40), mark one letter (A, B, C or D).

31. I will fly to New York next week unless I a ticket.

- A. will not buy
- B. buy
- C. do not buy
- D. will buy

32. I know I But I did not feel like doing that.

- A. must have helped her
- B. could have helped her
- C. should help her
- D. ought have helped her

33. Only a few people were at my lecture last Friday. If only the students earlier.

- A. had informed
- B. was informed

- C. had been informed
D. would have been informed
34. When I was a boy I was used to
A. telling not to tease animals
B. tell not to tease animals
C. being told not to tease animals
D. be told not to tease animals
35. He has written four novels since he in America.
A. has arrived
B. have arrived
C. had arrived
D. arrived
36. If I had worked hard when I was young I rich now.
A. would have been
B. am
C. will not be
D. would be
37. The dinner at the moment.
A. is being prepared
B. is prepared
C. is preparing
D. preparing
38. By the time he is twenty-five he all the money his mother left him.
A. spends
B. spending
C. has spent
D. will have spent
39. There's somebody behind us. I think we
A. are followed
B. are being followed
C. have been followed
D. were followed
40. I a meal last night because we went out and the food was uneaten.
A. needn't have cooked
B. didn't have to cook
C. mustn't cook
D. didn't need to cook

Образец экзаменационных заданий по Французскому языку

Задание 1. Раскройте скобки, заполнив пропуски нужными глагольными формами:

Quel temps ?

Je viens de rentrer de France. J'y (travailler) au consulat à Paris pendant cinq ans. Ma journée de travail (commencer) toujours à huit

heures du matin. Je (recevoir) beaucoup de visiteurs, (répondre)
..... à un tas de lettres. De midi à deux heures j'(avoir) une pause-
déjeuner. Parfois j'(aller) à l'aéroport accueillir une délégation qui (venir)
..... de Moscou. Ma journée de travail (finir) tard.

Задание 2. Выберите правильный ответ и обведите кружком соответствующую букву:

1. Je ai parlé. Jeai invités chez moi.

A les – leur B leur – les C lui – les D leur – la

2. Nous avons tout il nous faut pour commencer notre cours.

A ce qui B ce qu' C ceux qui D celle qui

Задание 3. Прочитайте текст и выберите наиболее подходящий вариант из предложенных для каждого пропуска:

Jules, le garçon de bureau (0) sur un roman d'amour (1)

Il entendit claquer la porte de l'ascenseur. Des pas lourds retentirent dans le corridor. C'était sûrement quelqu'un qui ne (2) la maison et qui voulait se renseigner. Jules sortit de sa cabine. Il vit un (3) personnage (4) dans une cape verte.

- Je voudrais parler à M. José robin.

- Je vais voir s'il est encore là. Qui dois – je (5)

- Gaston Simoni.

Jules inclina la tête (6) Il fit enfiler le visiteur dans sa cabine en le (7) de d'asseoir.

Gaston Simoni demeura seul (8) quelques instants.

0 A sommeillait B dormait C réfléchissait D s'ennuyait

1 A puisque B lorsque C parce que D jusque

2 A savait B connaissait C s'orientait D était un habitué

3 A étranger B étrange C étrangement D étrangeté

4 A vêtu B habillé C portant D enveloppé

5 A inviter B annoncer C déclarer D présenter

6 A étonnamment B chaleureusement C poliment D aimablement

7 A priant B proposant C demandant D laissant

8 A accompagna B conduisit C amena D emmena

Задание 4. Прочитайте текст и для вопросов выберите ответ, который соответствует содержанию текста.

Une rencontre de deux anciens amis

Venu à Paris, Jean-Christophe décida de faire les premières démarches. Il ne connaissait que deux personnes dans cette ville. L'un d'eux était son ancien ami Otto Diener qui était actuellement associé à un oncle, marchand de draps à Paris. Christophe avait été très intime avec Diener, dans son enfance. Puis Diener avait quitté l'Allemagne et s'était installé à Paris.

Christophe sortit de bonne heure. Après avoir longtemps erré dans Paris, il arriva au magasin qu'il cherchait. En entrant, il crut voir Diener, au milieu d'employés, au fond de la boutique. Mais il était un peu myope et n'avait pas confiance dans ses yeux. Il y eut des chuchotements parmi les gens du fond. Puis, un homme se détacha du groupe et dit en allemand : "Monsieur Diener est sorti. Il ne rentrera peut-être pas avant trois heures." "Oh ! Cela ne fait rien, répondit Christophe avec calme. Je n'ai rien à faire. Je peux attendre toute la journée." L'homme le regarda avec stupéfaction, croyant qu'il plaisantait. Mais Christophe s'assit tranquillement dans un coin. Quelques minutes après, Diener parut de la porte du bureau. Il tenait son chapeau et son parapluie. Il vint à Christophe d'un air dégagé. Celui-ci se leva rapidement de sa chaise, saisit les mains de Diener, et s'exclama, avec une cordialité bruyante qui fit rougir Diener. Ce-dernier bredouilla : "Nous serons mieux dans mon cabinet pour causer." Mais, dans le cabinet, Diener ne s'empressait pas de lui offrir une chaise. Il restait debout, expliquant, avec une lourde maladresse : "On croyait que j'étais sorti. Mais il faut que je sorte. J'ai un rendez-vous urgent."

Christophe comprit que l'employé lui avait menti tout à l'heure et que le mensonge était convenu avec Diener, pour le mettre à la porte. Il dit sèchement :

– Tu sais pourquoi je suis ici ? J'ai dû fuir. Je n'ai rien. Il faut que je vive.

– C'est fâcheux, fit Diener. La vie est difficile ici. Tout est cher.

– Je ne te demande pas d'argent, dit Christophe avec mépris. Tu connais beaucoup de monde dans la colonie allemande. Eh bien, parle de moi. Ils doivent avoir des enfants. Je donnerai des leçons de piano.

Diener prit un air embarrassé.

– C'est que... c'est difficile, vois-tu, à cause de ta situation. Cette affaire, ton procès... Si on l'apprenait. Cela peut me causer beaucoup d'ennuis.

Il vit le visage de Christophe se décomposer de colère, et se hâta d'ajouter :

– C'est à cause de mon oncle... Tu sais, la maison est à lui... Veux-tu cinquante francs ?

Christophe devint cramoisi. Il marcha vers Diener d'une telle façon que celui-ci recula en toute hâte jusqu'à la porte. Christophe s'approcha de lui :

– Cochon ! dit-il. Il le repoussa du chemin et sortit.

1. Christophe avait-il beaucoup de connaissances à Paris ?

- a) Il connaissait toute la colonie allemande.
- b) Il connaissait seulement son oncle.
- c) Il ne connaissait personne à Paris.
- d) Il connaissait seulement quelques personnes.

2. Pourquoi Christophe est-il arrivé à Paris ?

- a) Il voulait voir les curiosités de Paris.
- b) Il y était associé à un oncle.
- c) Il avait été obligé de quitter son pays.
- d) Il y travaillait comme marchand de draps.

3. Pourquoi l'employé a-t-il dit à Christophe que Diener n'était pas là ?

- a) Parce qu'il pensait que Diener était parti.
- b) Parce que Diener voulait que l'employé le dise à Christophe.

- c) Parce que Diener avait un rendez-vous urgent dans son bureau.
d) Parce que Diener lui avait dit qu'il ne rentrerait pas avant trois heures.

Задание 5. Прочитайте предложения. Выберите один из предложенных вариантов, чтобы заполнить пропуск.

1. En été , j'irai __ Mexique.
A. au
B. à
C. en
2. ____ aigle est le roi des oiseaux.
A. L'
B. Un
C. Des
3. Beaucoup ____ étudiants travaillent en même temps qu'ils font leurs études.
A. de
B. des
C. d'
4. Il est un très bon spécialiste, quand il y a ____ problème, tout le monde demande son aide.
A. un
B. le
C. la
5. Il ne peut pas se rappeler les (détail) de l'accident.
A. détailles
B. détaux
C. détails
6. L'opposition (iraquien) continue la lutte.
A. iraquienne
B. iraquienne
C. iraquien
7. Ma sœur est une (gentil) fille un peu agaçante.
A. gentile
B. gentil
C. gentille
8. Elle est très (généreux) et souvent attentive à la douleur des autres.
A. généreuse
B. généreuse
C. généreux
9. Une Mercedes neuve est (cher) (une vieille Renault).
A. Une Mercedes neuve est la plus chère qu'une vieille Renault.
B. Une Mercedes neuve est plus chère qu'une vieille Renault.
C. Une Mercedes neuve chère qu'une vieille Renault.
10. La cuisine française (bon) (la cuisine danoise).
A. La cuisine française est la plus bonne que la cuisine danoise.
B. La cuisine française est plus bonne que la cuisine danoise.

C. La cuisine française est meilleure que la cuisine danoise.

Рекомендуемая литература.

Английский язык

1. Английский язык для академических целей. English for Academic Purposes : учебное пособие для вузов / Т. А. Барановская, А. В. Захарова, Т. Б. Поспелова, Ю. А. Суворова ; под редакцией Т. А. Барановской. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 220 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13839-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511748>
2. Александрова, Е. М. Английский язык для международных (B1-C1) : учебное пособие для вузов / Е. М. Александрова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 241 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14776-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520295>
3. Левченко, В. В. Английский язык. General & Academic English (A2-B1) : учебник для вузов / В. В. Левченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 278 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8745-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511923>
4. Воробьева, С. А. Английский язык для эффективного менеджмента. Guidelines for Better Management Skills : учебное пособие для вузов / С. А. Воробьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 260 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04198-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514835>
5. Николаева Н.Н. Академический английский язык для студентов магистратуры гуманитарных направлений подготовки = Exploring Academic English for Postgraduate Students of Humanities Research : учебник / Николаева Н.Н.. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 270 с. — ISBN 978-5-4497-2168-6. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/130270.html>
6. Алешугина Е.А. Профессионально-ориентированный английский для студентов магистратуры заочного отделения : учебное пособие / Алешугина Е.А., Лошкарева Д.А., Угодчикова Н.Ф.. — Нижний Новгород : Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСБ, 2022. — 61 с. — ISBN 978-5-528-00437-2. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/122891.html>
7. Минина, О. Г. Vocational English and Academic Development=Английский в профессиональной и академической среде : учебное пособие : [16+] / О. Г. Минина. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2023. — 84 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=602768>
8. Тер-Авакян, И. В. English for Research Students : учебно-методическое пособие : [16+] / И. В. Тер-Авакян, О. В. Филипчук, О. И. Чередниченко ; под общ. ред. О. В. Филипчук ; Поволжский государственный технологический университет. — Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2022. — 98 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612086>
9. Сальная, Л. К. Get Ready for Scientific Communication : учебное пособие : [16+] / Л. К. Сальная, Э. А. Сидельник ; под общ. ред. Г. А. Краснощековой ; Южный федеральный университет. — Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2022. — 99 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612260>

10. Вдовичев, А.В. Английский язык для магистрантов и аспирантов. English for Graduate and Postgraduate Students : учебно-методическое пособие / А.В. Вдовичев, Н.Г. Оловникова. — 4-е изд. стер. — Москва : ФЛИНТА, 2022. — 246 с. — URL:<https://eJanbook.com/book/125412>

Французский язык

1. Когтева, Е. В. Французский язык : учебное пособие / Е. В. Когтева. — Москва : Директ-Медиа, 2023. —URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685316>
2. Багана, Ж. Parlons français=Поговорим по-французски: уч. пос./ Ж. Багана, Л. М. Шашкин, Е. В. Хапилина. — 3-е изд., стер. — Москва: ФЛИНТА, 2023. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83538>
3. Дормидонтова, О. А. Деловой французский язык: уч. пос./ О. А. Дормидонтова. — Липецк: Липецкий государственный педагогический университет имени П.П. Семенова-Тян-Шанского, 2022. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=619319>
4. Иванченко, А. И. Французский язык: повседневное общение. Практика устной речи. / А. И. Иванченко. — Санкт-Петербург: КАРО, 2022. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=610813>
5. Шарапова, Т. Н. Французский язык=Le français: уч.пос./ Т. Н. Шарапова, С. Е. Груенко. — Омск: Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2023. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683025>
6. Когтева, Е. В. Французский язык : учебное пособие / Е. В. Когтева. — Москва : Директ-Медиа, 2022. —URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685316>
7. Грет, К. Современная Франция: уч.пос. по страноведению=La France contemporaine: Manuel de civilisation / К. Грет. — Санкт-Петербург: КАРО, 2022. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684367>
8. Большой французско-русский и русско-французский онлайн словарь [сайт]. — URL: <https://big-fr-rus-fr-dict.slovaronline.com/>

Автор программы:
Зав. кафедрой иностранных языков
и зарубежного страноведения

Т.Н. Ефремцева