

Conception : BANQUE IENA

Brest Business School - École de Management de Normandie – École de Management Strasbourg –
E.S.C. Clermont - E.S.C. Dijon Bourgogne – E.S.C. La Rochelle – Montpellier Business School – E.S.C. Pau –
E.S.C. Troyes – INSEEC Business School – ISC Paris Business School – ISG – Télécom École de Management

OPTIONS : SCIENTIFIQUE, ÉCONOMIQUE, TECHNOLOGIQUE et LITTÉRAIRE

DEUXIÈME LANGUE

Lundi 9 mai 2016, de 14 h. à 17 h.

ALLEMAND – ANGLAIS – ARABE – ESPAGNOL – ITALIEN – PORTUGAIS – RUSSE

LATIN – GREC ANCIEN

Durée : 3 heures

(La note sur 80 sera divisée par 4 pour obtenir la note sur 20, qui sera arrondie au dixième supérieur).

N.B. :

Les candidats ne sont pas autorisés à modifier le choix, effectué lors de l'inscription, de la première langue dans laquelle ils doivent composer.

Les candidats ne doivent faire usage d'aucun document, dictionnaire ou lexique (sauf pour le latin ou le grec-ancien) ; l'utilisation de toute calculatrice ou de tout matériel électronique est interdite.

Si au cours de l'épreuve, un candidat repère ce qui lui semble être une erreur d'énoncé, il la signalera sur sa copie et poursuivra en expliquant les raisons des initiatives qu'il sera amené à prendre.

Поворот на Восток: проблемы экспорта впечатлений

Интересен успешный пример развития туризма на Аляске, похожей по природным и климатическим условиям на наш Дальний Восток. Но Аляска сегодня – крупнейшее туристическое направление. Основная масса приезжающих на Аляску туристов – американцы. Хотя путешествие неблизкое: от столицы штата Анкориджа до ближайшего города-миллионника в США (Чикаго) около 4600 км, как от Москвы до Дели. Зачем американцы летят так далеко на север? Мотивация туристов всегда одинакова: оказаться в условиях, максимально непохожих на привычные домашние. «Аляска не похожа ни на одно другое место на Земле. Там больше гор, ледников и диких животных, чем где бы то ни было ещё» – так представляет свой край Совет по развитию ресурсов Аляски. В 2013 г. Аляску посетило 2 млн туристов. Путешественники потратили на проживание и развлечения \$3,9 млрд. Индустрия туризма на Аляске – второй по значимости работодатель, где занят каждый восьмой житель штата.

Наш регион полностью отвечает главному требованию путешественников – «не как дома». Чтобы привлечь азиатских туристов, нам не придётся строить Лувр в пустыне и насыпать острова. Достаточно того, что у нас иная природа, иные люди и обычаи, другая еда.

Чего нам не хватает? Открытых ворот в наш регион. В основных перспективных туристических центрах (Владивосток, Хабаровск, Иркутск, Петропавловск-Камчатский) есть базовая инфраструктура для приёма туристов воздушным и водным транспортом. Чтобы она заработала, нужно первым делом снять визовые барьеры.

Ещё один важный шаг для привлечения туристов – создание новых центров интересов и развлечений. Камчатка и Байкал – чудеса света и магнит для туристов. Но для туристов из Китая нужны ещё и развлекательные центры мирового уровня, казино, ипподромы. И государство, если оно привлекает частных инвесторов в такие проекты, должно создать необходимую транспортную инфраструктуру и коммуникации на мировом уровне.

Наконец, нужен эффективный маркетинг Дальнего Востока как направления. За рынок мирового туризма идёт ожесточённая борьба. Даже нефтяные державы, такие как Арабские Эмираты, реинвестируют нефтяные доходы в создание туристической сферы, которая должна будет кормить страну в эпоху дешёвой (или не нужной вследствие развития энерготехнологий) нефти.

В постиндустриальной экономике понятие «впечатления» стало одним из важнейших экономических ресурсов. Виртуальные впечатления продают Google, Facebook и Alibaba. Живые впечатления продают Дубай, Аляска и Харбин. России необходимо создать конкурентоспособную индустрию экспорта. И наш Дальний Восток вполне может занять достойное место в планах туристов.

Алексей Чекунков, генеральный директор Фонда развития Дальнего Востока
Ведомости, 11.03.2015

I. VERSION (sur 20 points)

Traduire depuis « Интересен пример ... » jusqu'à « ... житель штата.»

(de la ligne 1 à la ligne 12)

II. QUESTIONS (sur 40 points)

Question de compréhension du texte

Что нужно сделать для того, чтобы Дальний Восток мог конкурировать с Аляской ?

(150 mots + ou - 10%* ; sur 20 points)

Question d'expression personnelle

Какие факторы влияют на быстрое развитие туризма в XXI веке ?

(250 mots + ou - 10%* ; sur 20 points)

* Le non-respect de ces normes sera sanctionné.

(Indiquer le nombre de mots sur la copie après chaque question).

III. THEME (sur 20 points)*

1. En 2010 nous sommes allés au Kamtchatka avec des amis.
2. Saint-Pétersbourg est une des plus belles villes que j'aie vues.
3. Elle a dépensé tout son argent pendant les vacances.
4. Notre professeur de français veut que nous lisions trois romans par mois. C'est beaucoup !
5. Je n'ai pas le temps de répondre à tous mes mails.
6. Il y a beaucoup d'étrangers qui travaillent dans cette entreprise.
7. Si tu pars en Russie, j'irai te voir cet été.
8. Mon ami a créé sa propre agence de tourisme et gagne beaucoup plus qu'avant.
9. Le cours du rouble est très bas actuellement et il est plus difficile pour les Russes de voyager à l'étranger.
10. Mon frère a 33 ans et il est toujours étudiant.

*(écrire les nombres et les dates en toutes lettres)