

Криворізький економічний інститут ДВНЗ «Київський національний  
економічний університет імені В. Гетьмана»

На правах рукопису

Вишневська Кіра Георгіївна

УДК 371.15:373.3

**ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ПРОФЕСІЙНО ОРІЄНТОВАНОГО  
НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ  
ЕКОНОМІЧНОГО ПРОФІЛЮ**

13.00.04 – теорія і методика професійної освіти

**Дисертація**

на здобуття наукового ступеня

кандидата педагогічних наук

**Науковий керівник:**

Пальшкова Ірина Олександрівна,  
доктор педагогічних наук, доцент

**Кривий Ріг – 2011**

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
<b>РОЗДІЛ 1. Теоретичні засади професійно-орієнтованого навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю .....</b>	<b>10</b>
1.1 Професійно-орієнтоване навчання як педагогічна проблема.....	10
1.2 Імітаційно-рольова форма діяльності як складова професійно-орієнтованого навчання іноземної мови .....	31
1.3 Педагогічні умови професійно-орієнтованого навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю.....	46
Висновки з першого розділу.....	68
<b>РОЗДІЛ 2. Експериментальна модель реалізації педагогічних умов професійно-орієнтованого навчання іноземної мови майбутніх економістів .....</b>	<b>71</b>
2.1. Характеристика рівнів розвитку професійно спрямованої іноземного мовлення в майбутніх фахівців економічного профілю.....	71
2.2. Експериментальна модель реалізації педагогічних умов професійно-орієнтованого навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю.....	90
2.3. Порівняльні результати рівнів розвитку професійно спрямованого іноземного мовлення майбутніх фахівців економічного профілю.....	160
Висновки з другого розділу.....	164
ВИСНОВКИ.....	167
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	172
ДОДАТКИ.....	198

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** Інтернаціоналізація відносин у діловому світі підвищує вимоги до якості навчання іноземної мови в умовах вищої економічної школи і визначає необхідність пошуку шляхів удосконалення іншомовної комунікативної культури випускників сучасних вищих навчальних закладів. Процес навчання іноземної мови повинен забезпечувати майбутньому фахівцеві не лише фундаментальні теоретичні знання, а й широкий спектр практичних професійних умінь і навичок. Зростає необхідність вивчати іноземну мову з орієнтацією на її практичне застосування у побутовому, діловому, професійному спілкуванні.

У зв'язку з цим особливої уваги набуває проблема підготовки економістів нової генерації, які володіють знаннями з іноземної мови. Розв'язання зазначених завдань потребує вдосконалення підготовки фахівців економічного профілю на засадах професійно – орієнтованого навчання та широкого впровадження імітаційно-рольового підходу у вивченні іноземної мови, що створює умови для ефективного засвоєння знань з іноземної мови в майбутніх економістів і забезпечує активну діяльність студентів, ефективне засвоєння навчального матеріалу, формування навичок іншомовного спілкування.

Вивчення сучасних психолого-педагогічних досліджень (М. Булигін, М. Вятютнев, Є. Зеєр, М. Ігнатенко, І. Іпатов, М. Мазо, Г. Матушевська, J. Beausso, Н. Besse, J. Cardinet, F. Danvers та ін.) свідчать про окремі спроби вирішення питання формування комунікативних умінь майбутніх фахівців з міжнародної економіки засобами іноземної мови. Зокрема, вчені досліджували: способи і засоби навчання спілкування іноземною мовою (Н. Барішнікова, Л. Девіна, О. Заболотська, Е. Коломієць та ін.), імітаційно-рольове навчання (М. Вієвська, Л. Кондрашова, Е. Пассов, І. Риданова, Л. Савченко, Є. Хруцький), організацію навчального процесу (А. Алексюк, С. Архангельский, Б. Беспалько, І. Богданова, А. Богуш, В. Жигірь, Н. Кічук,

З. Курлянд, А. Линенко, Н. Ничкало, О. Пехота, С. Сисоєва та ін.), культуру професійного спілкування майбутніх менеджерів (В. Левінцова), комунікативну компетентність майбутніх учителів (Л. Савенкова); комунікативну компетентність майбутнього менеджера у процесі професійної підготовки (В. Черевко), іншомовну комунікативну компетентність майбутніх спеціалістів фінансово-економічного профілю (Л. Волкова, Р. Гришина), професійні якості майбутніх менеджерів зовнішньоекономічної діяльності в процесі вивчення іноземних мов (Н. Замкова, О. Тарнопольський).

Створення Європростору висвітлює низку суперечностей між необхідністю впровадження ступеневої освіти та відсутністю достатнього досвіду організації навчання іншомовного спілкування у вищих навчальних закладах; потребою соціально-економічної сфери у фахівцях з міжнародної економіки та незадовільним станом кадрового забезпечення підприємств регіону; вимогами до професійних якостей бакалаврів міжнародної економіки та їхнім реальним рівнем підготовки до іншомовного спілкування; потребою практики у висококваліфікованих фахівцях з міжнародної економіки із знанням іноземних мов та відсутністю ефективної методики навчання іншомовного профільного спілкування, педагогічних умов зазначеного процесу. Необхідність подолання означених суперечностей і зумовила вибір теми дослідження: «Педагогічні умови професійно орієнтованого навчання іноземних мов майбутніх фахівців економічного профілю».

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дослідження є складовою частиною науково-дослідної роботи кафедри української та іноземних мов «Компетентнісний підхід у навчанні рідної та іноземних мов студентів-економістів», що входить до наукового плану Криворізького економічного інституту ДВНЗ «КНЕУ імені В.Гетьмана». Автором досліджено педагогічні умови професійно-орієнтованого навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю. Тема дисертації

затверджена на засіданні вченої ради Державного вищого навчального закладу «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» Криворізького економічного інституту (протокол № 4 від 22 вересня 2007 р.) та узгоджена в Раді з координації наукових досліджень у галузі педагогіки та психології в Україні (протокол №9 від 27 листопада 2007 р.).

**Мета дослідження** - теоретично обґрунтувати й експериментально апробувати педагогічні умови професійно-орієнтованого навчання іноземного мовлення студентів економічних вищих навчальних закладах.

Відповідно до мети дослідження було поставлено такі **завдання** :

1. Науково обґрунтувати зміст і структуру поняття «професійно – орієнтоване навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю»; уточнити поняття «імітаційно-рольова гра»; «іншомовні комунікативні вміння».

2. Визначити, критерії, показники та схарактеризувати рівні розвитку професійно спрямованого іноземного мовлення у майбутніх фахівців економічного профілю.

3. Обґрунтувати педагогічні умови професійно-орієнтованого навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю.

4. Розробити та апробувати експериментальну модель реалізації педагогічних умов професійно-орієнтованого навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю.

**Об’єкт дослідження:** професійне навчання майбутніх фахівців економічного профілю у вищих навчальних закладах.

**Предмет дослідження:** експериментальна модель реалізації педагогічних умов професійно-орієнтованого навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю.

**Гіпотеза дослідження:** професійно-орієнтоване навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю буде ефективним, якщо реалізувати такі педагогічні умови:

- наявність комунікативно-професійної спрямованості викладання іноземної мови у вищому навчальному закладі економічного профілю;
- забезпечення професійно спрямованої позитивної мотивації у процесі навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю;
- використання міжпредметних зв'язків у процесі професійного навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю;
- занурення студентів в іншомовну імітаційно-рольову професійно спрямовану діяльність.

**Експериментальна база** дослідження. Дослідно-експериментальна робота проводилась на базі Державного вищого навчального закладу «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» Криворізький економічний інститут, Черкаського національного університету імені Б. Хмельницького, Дрогобицького державного педагогічного університету ім. І. Франка. На різних етапах дослідження було охоплено 1400 студентів. У формульованому дослідженні взяли участь 500 майбутніх економістів.

**Методи дослідження:** Досягнення мети та розв'язання поставлених завдань забезпечувалось використанням комплексу методів:

*теоретичних:* порівняльний аналіз філософської, психологічної, педагогічної та методичної літератури, що дозволило вивчити, узагальнити й систематизувати наукові матеріали з проблеми дослідження, обґрунтувати педагогічні умови професійно-орієнтованого навчання іноземних мов;

*емпіричних:* педагогічні спостереження, анкетування, тестування, бесіди, вивчення продуктів діяльності викладачів з метою подальшого аналізу педагогічних явищ; вивчення та узагальнення педагогічного досвіду з проблеми професійно-орієнтованого навчання іноземних мов фахівців економічного профілю; педагогічний експеримент (діагностувальний етап з метою вивчення професійного навчання іноземної мови та формульовальний етап з метою реалізації педагогічних умов професійно-орієнтованого навчання іноземних мов);

- математичної статистики для обробки експериментальних даних і перевірки гіпотези дослідження.

**Наукова новизна дослідження:** вперше визначено й науково обґрунтовано педагогічні умови професійно-орієнтованого навчання іноземних мов майбутніх фахівців економічного профілю (наявність комунікативно-професійної спрямованості викладання іноземної мови у вищому навчальному закладі економічного профілю; забезпечення професійно спрямованої позитивної мотивації у процесі навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю; використання міжпредметних зв'язків у процесі професійного навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю; занурення студентів в іншомовну імітаційно-рольову професійно спрямовану діяльність); визначено й науково обґрунтовано структуру і зміст феномена «професійно-орієнтоване навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю»; критерії (мотиваційний, когнітивний, комунікативний, рефлексивно-емоційний) з їх показниками; схарактеризовано рівні розвитку професійно спрямованого іноземного мовлення майбутніх фахівців економічного профілю (початковий, задовільний, достатній, високий); уточнено поняття «імітаційно-рольова гра», «іншомовні комунікативні вміння»; дістала подальшого розвитку методика професійно-орієнтованого навчання іноземних мов майбутніх фахівців економічного профілю.

**Практичне значення** одержаних результатів полягає в розробці й упровадженні в навчальний процес спецкурсів «Англійська мова з поглибленим вивченням» для студентів спеціальності «Фінанси» і «Ділова іноземна мова» для спеціальності «Міжнародна економіка», імітаційно-рольових ігор, комунікативних ситуацій, наближених до умов реальної іншомовної комунікації, «ситуацій успіху», методики проведення рольових і ділових ігор, а також системи ситуативно-обумовлених вправ, яка ураховує особливості формування професійно-спрямованої комунікативної компетенції в говорінні.

Матеріали дослідження можуть бути використані в практичній діяльності викладачів вищої школи, в системі післядипломної освіти фахівців економічного профілю з метою підвищення їхньої кваліфікації.

**Упровадження результатів дослідження.** Комплекс з навчальних програм, науково-методичних матеріалів і результатів дослідження упроваджено в навчальний процес Черкаського національного університету імені Б.Хмельницького (акт про впровадження № 1785/01-11 від 5.11.2009р.); Кіровоградського державного педагогічного університету імені В. Винниченка (акт про впровадження № 791 від 5.11.2009 року); Криворізького державного педагогічного університету (акт про впровадження № 20/2-418 від 13.10.2010 р.); Уманського державного педагогічного університету імені П. Тичини (акт про впровадження № 2033/01 від 6.12.2010 р.); Дрогобицького державного педагогічного університету імені І. Франка (акт про впровадження № 993 від 9.09.2009р.), Криворізького економічного інституту ДВНЗ «Київського національного економічного університету ім. В.Гетьмана» (акт про впровадження №01-653 від 5 листопада 2009 р.).

**Достовірність** результатів забезпечується методологічним обґрунтуванням вихідних теоретичних положень дослідження; застосуванням комплексу методів, адекватних об'єкту, предмету, меті й завданням дослідження; репрезентативністю відбору студентів для участі в експериментальній роботі; застосуванням всебічного кількісного і якісного аналізу даних експерименту, дослідно-експериментальною перевіркою висунутої гіпотези дослідження.

**Апробація результатів дослідження.** Основні положення і результати дослідження доповідались і обговорювались на II міжнародній «Теорія і практика управління педагогічними процесами» (Одеса, 2005); міжнародних «Наукові дослідження - теорія та експеримент 2005» (Полтава, 2005); «Модернізація педагогічної освіти як основа інтенсифікації професійної та світоглядно-методологічної підготовки вчителя початкових класів» (Дрогобич, 2009); всеукраїнській «Формування професійної компетентності



майбутнього вчителя початкової школи в умовах ВНЗ» (Умань, 2009) науково-практичних конференціях; регулярно заслуховувалися на засіданнях кафедри української та іноземних мов ДВНЗ «КНЕУ імені В.Гетьмана» Криворізький економічний інститут у 2004-2010 рр.

**Публікації.** За результатами дослідження опубліковано 14 робіт, з них 8 - у збірниках, затверджених ВАК України, 1 – у співавторстві. Особистий внесок автора в роботі у співавторстві полягає в розробці й обґрунтуванні моделі ділових ігор, розвитку аналітичних та прогностичних навичок майбутнього економіста.

**Структура та обсяг роботи.** Дисертація складається зі вступу, двох розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (286 найменувань) та додатків. Основний зміст викладений на 171 сторінці; таблиці і рисунки займають 12 самостійних сторінок.

# РОЗДІЛ I

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПРОФЕСІЙНО-ОРІЄНТОВАНОГО НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ЕКОНОМІЧНОГО ПРОФІЛЮ

### 1.1 Професійно-орієнтоване навчання як педагогічна проблема

Професійно-орієнтоване навчання студентів вимагає від них розвитку високого рівня професіоналізму.

Економічна й духовно-моральна криза суспільства в поєднанні з невирішеними проблемами сучасної освіти актуалізує проблему подальшого вдосконалювання рівня професіоналізму фахівців з вищою освітою.

Причини низького рівня професіоналізму випускників вищої економічної школи слід шукати не тільки в недосконалість матеріальної бази, але й у неповному використанні виховних і розвивальних можливостей освітнього процесу вищої школи; перевазі формалізму в методиках і технологіях підготовки майбутніх фахівців; ігноруванні індивідуального розвитку особистості студентів. Радикальні зміни, що відбуваються в науково-технічних, соціально-економічних та інформаційних галузях України, зумовлюють необхідність змін в процесі освіти. Рушійною силою цього процесу повинні стати педагогічні працівники, тому наразі увагу варто зосередити на підготовці економістів нового покоління, які б володіли високою культурою і професійною кваліфікацією. Сьогодні істотно міняється соціокультурний контекст вивчення іноземних мов, значно зросли їх освітня й самоосвітня функції, професійна значимість на ринку праці в цілому, що природно спричинило за собою посилення мотивації у вивченні мов міжнародного спілкування, особливо англійської мови.

У сучасних умовах розвитку й постійного розширення всебічних міжнародних контактів іноземна мова стає найважливішим засобом

професійного спілкування спеціалістів різних профілів, тому останнім часом як за рубежом, так і в Україні все більше уваги приділяється проблемі викладання іноземних мов з урахуванням потреб майбутніх фахівців. Доцільною й методично виправданою є, таким чином, професійна, комунікативно-спрямована підготовка з іноземної мови у вищому навчальному закладі (ВНЗ), що припускає формування в студентів здатності іншомовного спілкування в конкретних професійних, ділових, наукових сферах і ситуаціях.

Одним із стратегічних завдань реформування освіти в Україні є формування освіченої, творчої особистості, становлення її фізичного і морального здоров'я. Розв'язання цього завдання передбачає психолого-педагогічне обґрунтування змісту і методів навчально-виховного процесу, спрямованого саме на розвиток особистості учнів. Однак цьому процесові поки що бракує цілеспрямованості та науково-методичного забезпечення. На сьогоднішній день світова наука пов'язує з особистісним навчанням та вихованням такі імена, як: Р. Бернса, К. Гольдштейна, А. Маслоу, Р. Мея, Дж. Олпорта, К. Роджерса, Е. Фрома, К. Хорні, В. Франкла та інших.

Якісне вирішення кадрової проблеми в сучасному світі сполучено з модернізацією змісту економічному професіоналізму. Донедавна існував однобічний підхід до тлумачення самої суті змісту професіоналізму. Одні вчені вважали, що його основу складають знання, вміння й навички, що дозволяють молодому фахівцеві успішно виконувати професійні функції. Інші – обмежували його сукупністю особистісних якостей, що забезпечують результативність педагогічного впливу в практиці професійного навчання й виховання. Треті – зводили зміст професіоналізму фахівця до набору дидактичних засобів, що забезпечують успішне вирішення професійних проблем. Однобічність названих підходів очевидна, оскільки для оптимального розв'язання професійних задач важливі всі аспекти змісту професіоналізму.

Професіоналізм – це «сукупність психофізіологічних, психічних і особистісних змін, які відбуваються в людині у процесі оволодіння і тривалого виконання діяльності, яке забезпечує більш ефективний рівень вирішення складних професійних задач в особливих умовах» [198, с.6].

Високий рівень професіоналізму, якість ділової кваліфікації визначаються насамперед особистісною діяльністю як інтегративною, стрижневою характеристикою особистості. Професійно-орієнтована спрямованість – це певний рівень виконання людиною своїх обов'язків. Вона залежить від:

- сформованості та стійкості соціально значущих мотивів діяльності (потреби, інтереси, цінності, погляди);
- відповідності психофізичних властивостей особистості (здібності), які забезпечують необхідний рівень і ефективність професійної діяльності;
- ступеня розвитку психічних процесів особистості (мислення, пам'ять, емоції, почуття, воля);
- повноти та глибини засвоєних психолого-педагогічних і спеціальних знань, умінь, навичок, тобто набутого досвіду;
- соціальної активності [63, с.86].

Поняття «професійно-орієнтоване навчання» часто пов'язують з таким поняттям, як професійна готовність. Так, В. Сластьонін вважає, що професійна готовність до професійної діяльності визначається низкою властивостей, характеристик:

- психологічна готовність, тобто сформованість (з різним ступенем) спрямованості на педагогічну діяльність, настанову на роботу;
- науково-педагогічна готовність, тобто необхідний об'єм знань (суспільно-політичні, психолого-педагогічні і спеціальні), необхідні для педагогічної діяльності;
- практична готовність, тобто наявність сформованих на рівні, що вимагається, професійно-педагогічних умінь і навичок;

- психофізіологічна готовність, тобто наявність відповідних передумов для педагогічної діяльності та оволодіння певною спеціальністю, сформованість професійно значущих якостей особистості;
- фізична готовність, тобто відповідність стану здоров'я і фізичним вимогам професійної діяльності та професійної працездатності [219].

Недостатньо високий рівень професіоналізму випускників вищої школи пояснюється здебільшого низьким рівнем професійно-орієнтованого навчання. У його змісті та способах здійснення зусилля викладачів спрямовані на озброєння студентів знаннями, вміннями й навичками, обкресленими в навчальних програмах відповідно до профілю обраної спеціальності. Особистість фахівця, розвиток її професійно-морального й інтелектуального потенціалу, формування настанови на творче рішення професійних задач часто випадає з поля зору навчального процесу вищої школи. Недооцінка професійно-орієнтованого навчання студентів негативно позначається на рівні їхнього професіоналізму.

Відтак, назріла необхідність у відмові від зовнішніх критеріїв професіоналізму й визначенні внутрішніх, сутнісних критеріїв особистості, що характеризують її професійне обличчя, зокрема сучасного фахівця економічного профілю. Вивчення проблеми професійного становлення майбутнього фахівця передбачається в контексті його особистісного розвитку, що детермінується єдністю психологічних і моральних якостей, які складають основу особистісної, професійної позиції. Тому необхідно знайти способи подолання протиставлення суб'єкта об'єктові, що в навчальному процесі виражається в проектуванні суб'єкт-суб'єктних відносин у системі «викладач-студент» і в делегуванні суб'єктної позиції кожному учасникові освітнього процесу. Формування професіоналізму майбутніх фахівців передбачає перехід від передавання зразків професійної діяльності на рівні інструкцій і методичних рекомендацій до визнання провідної ролі внутрішніх факторів розвитку основних показників цього складного особистісного

утворення, що виступає важливим показником професіоналізму сучасного фахівця [190].

Професіоналізм у словникових джерелах визначається як сукупність знань, навичок поведінки та дій, що свідчать про професійну підготовку, навченість, придатність людини до виконання професійних функцій. Професіоналізм – сформована в процесі навчання та практичної діяльності готовність до компетентного виконання функціональних професійних обов'язків; рівень майстерності у професійній діяльності, що відповідає рівню складності роботи [37; 58].

У педагогічній науці найбільш дослідженим є галузь педагогічного професіоналізму.

У розробку теоретичних засад педагогічного професіоналізму значний внесок внесли В. Сухомлинський, Ф. Гоноболін, Н. Кузьміна, Х. Лийметс, В. Сластьонін, О. Щербаков, В. Грехньов, Н. Гузій та ін. Без професіоналізму, індивідуально-особистісної спрямованості навчання та виховання неможлива сучасна освіта. Від того, які риси викладач передає студентам, залежить майбутнє нашого суспільства. Цілком зрозуміло, що зробити це може лише той, хто найвищою мірою сам володіє професійною майстерністю, хто здатний передати багатства людської культури іншим. На відміну від технократичних парадигм педагогічної освіти нові культурологічні підходи до організації процесу професійної підготовки вчителів у роботах Є. Бондаревської, Є. Гармаш, Т. Іванової, І. Ісаєвої, В. Сластьоніна, В. Кан-Каліка, О. Рудницької, Л. Кондрашової та ін. процес професіоналізації розглядається через призму професійно-орієнтованої культури педагога (викладача вищої школи).

Зауважимо, що в низці досліджень професійно-педагогічної спрямованості розглядався компонент професіоналізму педагога (В. Адольф, Ю. Варданян, Л. Гребьонкіна, К. Вербова, Н. В'юнова, Л. Захарова, Є. Клімов, Г. Ковальов, Н. Кузьміна, Н. Мажар, В. Сластьонін, Б. Сосновський та ін.). З позицій гуманістичної особистісно-орієнтованої

парадигми успішно розробляється концепція професійно-особистісного розвитку педагога в умовах післядипломної підготовки та у ВНЗ, становлення особистості вчителя як суб'єкта педагогічної діяльності, основу якого складає ідея саморозвитку, активного перетворення вчителем всього внутрішнього світу, зміни його способу життєдіяльності (Л. Мітіна). Процес професіоналізації педагога дослідники пов'язують з розвитком його педагогічної компетентності, емоційної стійкості та гнучкості, творчої активності, здатності до інноваційної діяльності (Г. Аксьонова, О. Дашкевич, І. Лушніков, А. Маркова, Л. Мітіна, Н. Нікандров, Л. Подимова, Р. Шакуров, А. Шутенко та ін.).

Розкриваються зміст, механізми, тенденції та умови формування окремих її компонентів: духовної (Є. Артамонова, Б. Братусь, В. Зінченко, Б. Ничипоров, Н. Щуркова), методологічної (В. Краєвський, В. Тамарін, А. Ходусов), морально-етичної (Є. Богданов, Е. Гришин, Є. Силаєва), комунікативної (А. Мудрик), технологічної (М. Левіна), валеологічної (І. Бердніков), інформаційної (А. Єршов, Н. Мінаков), проектної (Л. Гур'єв, А. Криуліна), екологічної (С. Глазачов), фізичної (М. Віленський).

Водночас процес формування професійно-орієнтованого навчання іноземного мовлення майбутніх фахівців економічного профілю до цього часу не було виявлено.

С. Рубінштейн [201] визначав професіоналізм, професійне становлення людини як рух до досягнення досконалості, особистості у своєму професіоналізмі. Традиційні підходи до професійного становлення особистості здебільшого зводилися до формування професіоналізму майбутнього фахівця, виходячи тільки з освітніх цілей і ідеологічних настанов. Заданий зовні зміст переважав над потребами особистості майбутнього фахівця. Суб'єктивний потенціал його особистості розглядався як умова досягнення освітніх цілей, соціальні настанови панували над особистісними. Підвищення вимог до людського фактора визначає

необхідність виразності моральних і психологічних властивостей особистості, що відповідають вимогам обраної нею професії.

Запропонована С. Рубінштейном концепція розвитку професіоналізму має своїм джерелом загально філософську ідею саморуху особистості до досконалості і психологічну теорію єдності розвитку психічних властивостей і моральних якостей особистості. Самовираження особистості відбувається засобами професії. Професійна діяльність є одним з важливих шляхів самореалізації особистості. Формування морально-психологічної готовності студентів до професійної діяльності слід розглядати як процес ефективного професійного саморозвитку.

Професійний саморозвиток виступає вмотивованим творчим процесом розкриття й розвитку психічних властивостей і процесів, моральних якостей, свідомого самопізнання й самоосвіти студентів з метою ефективної професійної самореалізації. Мета і результат цього процесу – єдність розвитку моральної і психологічної сфер особистості, а його засоби і способи визначаються можливостями самого студента здійснювати цей процес.

Зауважимо, що взаємодія моральних і психологічних якостей у змісті професіоналізму виступає в забезпеченні:

- цілісного формування складного особистісного утворення на основі двохаспектного цілепокладання;
- усвідомлено-емоційного засвоєння професійно-моральних цінностей;
- реалізації викладачем ВНЗ індивідуально-діяльнісного і задачного підходів до організації навчання, шляхом моделювання в навчальному процесі ситуацій, що вимагають від студентів активних дій в обстановці професійного вибору і творчого вирішення професійних задач;
- диференціації навчальних завдань, зумовлених нерівномірністю професійного становлення майбутніх фахівців;
- збільшення частки самостійної роботи в обсязі освітнього процесу;



– діалогічного спілкування в ході навчального імітаційно-ігрового навчання, побудованого на принципах ролівої перспективи, педагогічної взаємодії, співробітництва і співтворчості в системі «викладач-студент».

Аналізуючи професіоналізм фахівців економічного профілю, розглянемо насамперед його змістовий аспект, зокрема, домінуючі види професійної діяльності економістів:

- вивчення економічних відносин (відносин, що виникають між людьми в процесі виробництва);
- збір, обробка, упорядкування інформації про економічні явища і процеси (для досягнення найвищих результатів підприємств і організацій);
- аналіз ходу і результату економічної діяльності й оцінка її успішності;
- удосконалювання процесу економічної діяльності;
- планування діяльності підприємства;
- визначення системи оплати праці і заохочень для всіх категорій працівників підприємства;
- планування витрат, використання ресурсів, витрат і прибутку підприємства;
- контроль над процесом виконання господарської, хазяйновитої, господарчої, фінансово-господарської діяльності;
- розрахунок потреби підприємства, організації в кадрах;
- аналіз причин перевитрат фонду заробітної плати; робота, пов'язана з розрахунками і переробкою великих обсягів інформації, вираженої в цифрах; складання економічних обґрунтувань, довідок, періодичної звітності, анотацій і оглядів [130].

Галузями застосування професійно-економічних знань є:

- державні установи, що займаються економічними проблемами (Міністерство фінансів, сфера банківської діяльності);
- підприємства промислової, аграрної галузі;
- освітні установи (викладацька діяльність);

- готельний і ресторанний бізнес;
- організації і підприємства малого, середнього і великого бізнесу;
- фінансові організації (податкові інспекції, пенсійні фонди, страхові агентства);
- науково-дослідні інститути, Академія наук [130].

У сучасних умовах розвитку й постійного розширення всебічних міжнародних контактів іноземна мова стає найважливішим засобом професійного спілкування спеціалістів різних профілів, тому останнім часом як за рубежом, так і в Україні все більше уваги приділяється проблемі викладання іноземних мов з урахуванням потреб майбутніх фахівців. Доцільною й методично виправданою є, таким чином, професійна, комунікативно-спрямована підготовка з іноземного мовлення у вищому навчальному закладі (ВНЗ), що припускає формування в студентів здатності іншомовного спілкування в конкретних професійних, ділових, наукових сферах і ситуаціях.

Іншомовне спілкування стає істотним компонентом професійної діяльності фахівців, а роль дисципліни «Іноземна мова» на немовних факультетах значно зростає у їхній професійній діяльності. Аналіз педагогічних і науково-методичних джерел засвідчив, що існує чимало методичних напрямків і технологій навчання іноземної мови (ІМ) на немовних факультетах ВНЗ. Сьогодні ставиться завдання не тільки оволодіння навичками спілкування іноземним мовленням, але й здобуття спеціальних знань за обраною спеціальністю.

На жаль, навчання іноземної мови з урахуванням професійної спрямованості студентів дотепер залишається незадовільним. Про це свідчить гострий дефіцит фахівців, що володіють певним регістром іншомовних знань, необхідних для професійного спілкування. Щоб навчити студентів іноземної мови в обсязі, необхідному в майбутній професійній діяльності, слід відмовитися від традиційного підходу, переосмислити його мету й зміст. Необхідно також взяти до уваги той факт, що знання іноземної

мови в наш час - це не тільки атрибут культурного розвитку фахівця, але й одна з умов його успішної професійної діяльності.

Професійне навчання в технічних вищих навчальних закладах не повинно обмежуватись так званим «техніцизмом», тобто засвоєння майбутніми фахівцями тільки технічних пристроїв та технології їх використання. Сьогодні є актуальним соціально-культурологічний напрям навчання студентів у технічних вищих навчальних закладах, який охоплює різні сфери соціальної практики з широким використанням різних форм і методів, актуального психологічного й соціально-психологічного впливу на майбутніх фахівців: соціально-психологічні тренінги, ділові, імітаційно-рольові, навчальні ігри, методи дискусійних груп, групової психологічної корекції і т. ін.

Особливе місце в навчально-виховному процесі технічних вищих навчальних закладів посідає навчання майбутніх фахівців іноземної мови професійної спрямованості та культури мовленнєвого спілкування як рідною, так і іноземною мовами.

Зауважимо, що останнім часом у практиці викладання іноземних мов у вищих школах відзначається посилення тенденції до професійно орієнтованого навчання мов, до навчання іншомовної комунікації.

Зауважимо, що аналіз педагогічної теорії і практики в цьому аспекті засвідчує, що саме принцип професіоналізації має значні резерви щодо підвищення ефективності навчання іноземної мови в технічних вищих навчальних закладах.

Професіоналізація навчання іноземної мови висуває за головну мету підготовку фахівця, здатного використовувати іноземну мову як інструмент професійної діяльності й професійного пізнання (Т. Алексєєва, Л. Ананьєва, Л. Гапоненко, І. Куліш, В. Момот, О. Полякова, Л. Романова, Г. Скуратівська та ін). Тому цей напрям у практиці викладання іноземних мов у вищій школі можна вважати сьогодні одним з найактуальніших.

З позицій професійно-орієнтованого підходу до вивчення іноземної мови в умовах ВНЗ можна стверджувати, що це новий, порівняно зі школою, етап, основним елементом якого є іншомовна комунікативна компетенція (Т.Алексеева, Л.Ананьєва, Т.Астафурова, М.Бовтенко, Н.Гаврилук, О.Пічкара; Л.Гапоненко, Л.Гейхман, І.Клейман; О.Горбуненко, Л.Девіна, Н.Дудко, В.Касьянова, Е.Комарова, М.Кузьміна, І.Куліш, Н.Пустовалова, С.Романенко, С.Селіверстов, Г.Скуратівська, О.Тарнопольський, Ч.Брумфіт та К.Джонсон (Ch.Brumfit, K.Johnson), Т.Хатчінсон та А.Уотерс (Т.Hutchinson, A.Waters ) та ін.

Структура змісту професійно-орієнтованої іншомовної підготовки спеціалістів технічних ВНЗ досліджувалася Г. Глуховим, Н. Громовим, Ю. Долматовською, О. Каменською, І. Кондюриною, Е. Мусницькою, И. Новосоловою, М. Озеровою, Т. Поляковою, М. Семишевим, Е. Синявською, Н. Шевченко й рядом інших авторів. Ними були обґрунтовані теоретичні підходи до професіоналізації іншомовної підготовки в інженерних ВНЗ, що базуються на концепції застосування професійно-орієнтованих текстів і лінгвоузуальної спрямованості професійно-орієнтованої іншомовної підготовки, а також критерії відбору змісту філологічного утворення в немовному ВНЗ.

Зміст професійно-орієнтованого навчання характеризується розвиненою здатністю до розв'язання професійних задач, розвиненим мисленням і свідомістю. Ми розглядаємо професійно – орієнтоване навчання як здатність студента економічного ВНЗ до самовдосконалення; оволодіння знаннями з міжнародної економіки та як складне особистісне утворення, що включає в себе структурні компоненти, якості особистості, які впливають на мотиваційну сферу. Зміст професійно – орієнтованого навчання становлять соціально значущі мотиви професійної діяльності; педагогічні здібності; повнота, глибина економічних та психологічних знань і вмінь; соціальна активність особистості майбутнього фахівця економіки.

Професійна діяльність як складна динамічна система має свою специфіку, елементи якої взаємодіють між собою. В. Сластьонін вважає, що в

якості еталонної моделі спеціаліста виступає професіограма. Вона включає в собі опис професії, характеристику роботи, котру виконує людина. Професійна підготовка фахівця економіки – це складне багатокomпонентне утворення. Вона визначається якістю підготовки майбутніх фахівців у ВНЗ, досвідом, умов життя, середовища та вимогами до фахівця.

Професійно–орієнтоване навчання майбутніх фахівців економічного профілю передбачає низку професійних умінь і якостей особистості. Опишемо їх.

- Планові (вміння аналізувати внутрішню і міжнародну ринкову ситуацію, визначати структуру і динаміку попиту, ринкових відносин, розробляти тактичні, оперативні проекти і плани, оцінювати ризик, аналізувати і планувати ресурси та ін.);

- Організаційні – це вміння організовувати форми і методи організації управління бізнесом, вміння поєднувати матеріальні, фінансові і трудові ресурси, організовувати і брати участь у зовнішньоекономічній діяльності, оперативно регулювати поведінку і взаємовідносини персоналу, підтримувати взаємовідносини з внутрішнім і зовнішнім середовищем та ін.);

- Комунікативні, організаторські, дослідницькі, пізнавальні вміння;

- Моральні, індивідуально – психологічні особливості та якості особистості майбутнього фахівця економіки ;

- Економічне мислення, ерудиція, володіння усним і писемним мовленням (англійська, українська та ін.);

- Самоаналіз, самовдосконалення своєї особистості.

Професійно–орієнтоване навчання враховує структуру економічної діяльності та вимагають розгляду цього феномену як цілісного динамічного утворення, в якому виділяються окремі одиниці - компоненти.

Молодий фахівець, що стоїть перед проблемою працевлаштування після закінчення ВНЗ, буде затребуваний на ринку праці, якщо його утворення підкріплене наявним у нього професійним досвідом [86]. У сформованій ситуації інтереси роботодавця спрямовані не тільки на оцінку формальних

характеристик досвіду (стаж роботи за спеціальністю), але й на оцінку насамперед змісту професійного досвіду фахівця. Такий зміст припускає, що в досвіді фахівця повинні бути представлені професійні завдання певного плану й рівня, алгоритм рішення яких неодноразово був перевірений ним на практиці. У зв'язку із цим професійний досвід повинен формуватися до початку самостійної професійної діяльності. Професійно-орієнтоване навчання іноземних мов дає можливість студентам реалізувати себе в іншомовній навчальній діяльності з орієнтацією на майбутню професію.

Отже, **професійно-орієнтоване навчання майбутніх фахівців економічного профілю** – це цілеспрямований процес передавання, засвоєння економічних знань, специфіки професійної діяльності та активне становлення особистості майбутнього фахівця, реалізація професійних якостей, здібностей, комунікативних умінь і навичок спілкування студента у процесі навчання у ВНЗ, це формування особистості майбутнього фахівця через систему професійно спрямованих завдань та виховання позитивного ставлення до суспільно-соціальних цінностей обраної професії. Досліджуваний феномен «професійно-орієнтоване навчання» майбутнього фахівця міжнародної економіки належить до сфери інтердисциплінарних, пограничних явищ. Воно містить у собі культурологічний, психологічний, педагогічний смисли, саме тому логіка і методи його дослідження є адекватними вимогам гуманітарного пізнання [199].

Професійно-орієнтоване навчання дозволяє приймати професійно важливі рішення, прогнозувати результати, забезпечує рефлексивне розуміння, готовність і здатність, допомагати у вирішенні проблем та утруднень, актуалізувати резерви особистісного зростання, робить можливим подолання конфліктних ситуацій, що виникають у процесі професійної діяльності у процесі спілкування. У сучасних умовах розвитку й постійного розширення всебічних міжнародних контактів іноземне мовлення стає найважливішим засобом професійної комунікації фахівців різних профілів, що й спричинило посилення мотивації у вивченні мов міжнародного

спілкування. Іншомовна професійно орієнтована комунікація – процес, у межах якого забезпечується потенційна здатність комунікантів реалізувати обмін інформацією іноземним мовленням, а також самостійно здійснювати пошук, накопичення й розширення обсягу професійно значущих знань у процесі професійної підготовки.

**Професійно-орієнтоване навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю** ми розуміємо як цілеспрямований педагогічний процес організації і стимулювання активної іншомовної навчально-мовленнєвої діяльності студентів економічного профілю до оволодіння ними іншомовними комунікативними навичками і вміннями професійної спрямованості задля подальшого спілкування з іноземними спеціалістами в економічній сфері.

Зауважимо, що професійно-орієнтоване навчання іноземної мови у ВНЗ економічного профілю вимагає від студентів розвитку процесів саморегуляції іншомовної навчально-мовленнєвої діяльності, а саме: самостійне планування мовленнєвої підготовки, врахування умов та наявності навчально-методичного інструментарію з іноземного мовлення у ВНЗ, співвідношення аудиторних занять з викладачем і самостійної роботи, посилені оцінно-контрольних та коригуючих процесів; відповідних регулятивно-особистісних якостей: самостійність, наполегливість, ініціативність, гнучкість.

На успіх рівня розвитку іншомовного мовлення у студентів технічних ВНЗ і, зокрема економічного профілю, суттєву роль відіграють позитивна мотивація вивчення іноземної мови та занурення студентів в квазіситуації, ділові ігри імітаційно-рольового характеру, навчальні ігри професійної спрямованості.

Основою іншомовної комунікації у ТВНЗ має стати діалогізація процесу навчання майбутніх фахівців іноземної мови у штучно створених ігрових навчальних ситуаціях, наближених до майбутньої професії студента.

Завдання іншомовної професійної підготовки студентів полягає в тому, щоб навчити діяти студентів у нестандартних мовленнєвих ситуаціях, самостійно вирішувати навчальну (мовленнєву) чи професійну проблему, яка вимагає знання іноземної мови [156].

Як засвідчує практика, успішне вирішення означених завдань стає можливим, якщо в процесі викладання іноземної мови дотримуватись комунікативного підходу, який передбачає діалогізацію професійно орієнтованого навчання іноземної мови, включення студентів у процес іншомовного діалогізування.

Діалогізація процесу мовленнєво-професійної підготовки в технічних ВНЗ вимагає цілої системи форм навчально-професійної співпраці (групових, колективних, індивідуальних, аудиторних, позааудиторних). Їх впровадження припускає певну динаміку і послідовність: від максимальної допомоги викладача студентам у вирішенні іншомовних навчально-професійних завдань до повної саморегуляції у мовленнєво-професійній підготовці і налагодження стосунків партнерства між ними. Такий підхід забезпечує послідовне становлення професійно-особистісних рис до рівня рефлексивних. Метою діяльності викладача іноземної мови є розвиток у студентів спроможності до самоврядування (саморегуляції, самоорганізації, самоконтролю) в іншомовній навчально-професійній діяльності. Викладач не тільки ставить перед собою певні педагогічні завдання, але й прагне до того, щоб вони були внутрішньо сприйняті студентами. Він розробляє способи вирішення цих завдань, пропонує їх студентам і створює умови для освоєння. Викладач не тільки оцінює результати діяльності студентів, але і розвиває в них здатність до самоаналізу і самооцінки. Професійне діалогічне навчання – це спільна діяльність викладача і студента у формі навчального діалогу. В процесі діалогічного навчання розвивається творче мислення й уява, здатність передбачати і прогнозувати навчальні дії і результати. Робота над ситуаціями в навчальних діалогах формує культуру мовлення фахівця. Мовні формули, до яких студенти вдаються в суперечці, роблять мовлення



правильним, емоційно-забарвленим, яке відповідає вимогам професійної етики. У суперечці виробляється логіка доведення, аргументованості висловлень, підвищується темп мовлення, реакція на запитання, формується навичка грамотного ведення професійного діалогу.

Діалогізація процесу мовленнєво-професійної підготовки в технічних ВНЗ вимагає цілої системи форм навчально-професійної співпраці (групових, колективних, індивідуальних, аудиторних, позааудиторних). Їх впровадження припускає певну динаміку і послідовність: від максимальної допомоги викладача студентам у вирішенні іншомовних навчально-професійних завдань до повної саморегуляції у мовленнєво-професійній підготовці і налагодження стосунків партнерства між ними. Такий підхід забезпечує послідовне становлення професійно-особистісних рис до рівня рефлексивних. Метою діяльності викладача іноземної мови є розвиток у студентів спроможності до самоврядування (саморегуляції, самоорганізації, самоконтролю) в іншомовній навчально-професійній діяльності. Викладач не тільки ставить перед собою певні педагогічні завдання, але й прагне до того, щоб вони були внутрішньо сприйняті студентами. Він розробляє способи вирішення цих завдань, пропонує їх студентам і створює умови для їх засвоєння. Викладач не тільки оцінює результати діяльності студентів, але і розвиває в них здатність до самоаналізу і самооцінки. Професійне діалогічне навчання – це спільна діяльність викладача і студента у формі навчального діалогу. В процесі діалогічного навчання розвивається творче мислення й уява, здатність передбачати і прогнозувати навчальні дії і результати. Робота над ситуаціями в навчальних діалогах формує культуру мовлення фахівця. Мовні формули, до яких студенти вдаються в суперечці, роблять мовлення правильним, емоційно-забарвленим, яке відповідає вимогам професійної етики. У суперечці виробляється логіка доведення, аргументованості висловлень, підвищується темп мовлення, реакція на запитання, формується навичка грамотного ведення професійного діалогу.

Розмаїтість активних способів і прийомів діалогічного навчання є важливою умовою, що забезпечує динаміку рівня готовності майбутніх фахівців економічного профілю до іншомовної діалогічної діяльності і спілкування. Як відзначають учені, використання різноманітних методів (гри, діалогу, дискусії, рольових ситуацій) забезпечує перевагу смислової пам'яті над механічною, стійкість уваги й активної розумової діяльності, оригінальність уяви (М. Каспарова, Н. Баришнікова); забезпечує студентам можливість оцінити власні погляди, переконання і позицію щодо навчання іноземної мови, настанови і стереотип мовленнєвої поведінки, за їх допомогою озброює майбутніх фахівців комунікативною стратегією і культурою іншомовного діалогічного спілкування (Г. Грищенкова); занурення студентів в іншомовну імітаційно-комунікативну ситуацію створює умови для вироблення та закріплення в них стратегії і тактики мовленнєво-професійного спілкування. Результативність активних форм і методів у процесі професійно-орієнтованого навчання зростає, якщо при їх використанні забезпечити такі умови: чіткість і професійну спрямованість рольових перспектив; реалістичність діалогових ситуацій, що моделюють майбутню професійну діяльність студентів; соціальний і психологічний мікроклімат, що забезпечує атмосферу співпраці й партнерства [260].

Проведені дослідження виявили протиріччя між обмеженими термінами іншомовної підготовки інженерів, економістів у ВНЗ і специфічних вимогах сучасного ринку праці, а також зростаючим обсягом технічної інформації іноземними мовами. Це протиріччя визначило низку нових педагогічних завдань, вплинуло на проблематику педагогічних досліджень вищої школи, розкривши різні боки системи мовленнєвої підготовки фахівців у цілому ВНЗ. До таких досліджень насамперед відносяться дослідження проблеми інтенсифікації викладання іноземної мови, зв'язок з професією фахівця [147], складання «професіограм», «паспортів» й «моделей» майбутніх фахівців, які передбачають знання іноземної мови.

Розглянемо домінуючі види діяльності фахівців економічних професій:

- вивчення економічних відносин (відносин, що виникають між людьми в процесі виробництва);
- збір, обробка, упорядкування інформації про економічні явища і процеси (для досягнення найвищих результатів підприємств і організацій);
- аналіз ходу і результату економічної діяльності й оцінка її успішності;
- удосконалювання процесу економічної діяльності;
- планування діяльності підприємства;
- визначення системи оплати праці і заохочень для всіх категорій працівників підприємства;
- планування витрат, використання ресурсів, витрат і прибутку підприємства;
- контроль над процесом виконання господарської, хазяйновитої, господарчої, фінансово-господарської діяльності;
- розрахунок потреби підприємства, організації в кадрах;
- аналіз причин перевитрат фонду заробітної плати; робота, пов'язана з розрахунками і переробкою великих обсягів інформації, вираженої в цифрах; складання економічних обґрунтувань, довідок, періодичної звітності, анотацій і оглядів [130].

Якості, що забезпечують успішність виконання професійної діяльності Кузнецов А. вважає такі:

*здібності:* розвиток концентрації і переключення уваги (здатність протягом тривалого часу зосереджуватися на одному предметі і швидко переходити з одного виду діяльності на інший); високий рівень розвитку пам'яті; високий рівень математичних (рахункових) здібностей; здатність працювати в умовах дефіциту часу й інформації; здатність тривалий час займатися одноманітним видом діяльності (схильність до роботи з документами, текстами і цифрами); аналітичне мислення;

*Особистісні характеристики і цінності:* посидючість; обов'язковість; чесність і порядність; відповідальність; акуратність; ретельність;

ерудованість; заповзятливість, ділова хватка; емоційно-психічна стійкість; комунікабельність; впевненість у собі [130];

*якості, що перешкоджають ефективності професійної діяльності:* відсутність математичних здібностей; відсутність аналітичних здібностей; швидка стомлюваність; неуважність, погана пам'ять; недбалість; імпульсивність, запальність [101].

Галузі застосування професійних знань:

- державні установи, що займаються економічними проблемами (Міністерство фінансів, сфера банківської діяльності);
- підприємства промислової, аграрної галузі;
- освітні установи (викладацька діяльність);
- готельний і ресторанний бізнес;
- організації і підприємства малого, середнього і великого бізнесу;
- фінансові організації (податкові інспекції, пенсійні фонди, страхові агентства);
- науково-дослідні інститути, Академія наук [130].

У професійному становленні велике значення мають також соціально-економічні умови, соціально-професійні групи й активність самої особистості. Остання визначається системою стійко домінуючих потреб, мотивів, інтересів, особистісних орієнтації й т.п.

Великий внесок у рішення проблеми формування особистості фахівця в процесі навчання у ВНЗ внесли дослідження структури окремих тісно зв'язаних якостей особистості - світогляду, творчої активності [21], професійного мислення [59; 217], ціннісних відносин і мотивації в навчальній праці [232], професійної орієнтації [199], здатності, які задіюються в професійній діяльності і т.ін.

Якщо звернутися до проблеми структури останніх, то в психолого-педагогічній літературі [66] розглядається така номенклатура здатностей:

- 1) академічні - індивідуальні особливості особистості, що є суб'єктивними умовами успішного здійснення діяльності з придбання нових

знань, засновані на когнітивній навчальній активності, продуктивність якої відносна;

2) інтелектуальні - здатності до рішення різних типів завдань, потребуючих однозначного рішення;

3) креативні - властивість особистості створювати унікальний продукт, народжувати нові реалії;

4) сенсомоторні - включають швидкісно-силові й тонкосенсорні;

5) комунікативні - здатність розуміти механізми й особливості поведінки людей, його прогнозування, вступати в міжособистісну взаємодію.

Структура змісту професійно-орієнтованої іншомовної підготовки спеціалістів-нефілологів досліджувалася Г.В. Глуховим, Н.М. Громовим, Ю.Д. Долматовською, О.Л. Каменською, І.М. Кондюриной, Е.В. Мусницькою, И.З. Новосоловой, М.В. Озеровою, Т.Ю. Поляковой, М.В. Семишевим, Е.В. Синявською, Н.І. Шевченко й рядом інших авторів. Ними були обґрунтовані теоретичні підходи до професіоналізації іншомовної підготовки в інженерних ВНЗ, що базуються на концепції застосування професійно орієнтованих текстів і лінгвоузуальної спрямованості професійно-орієнтованої іншомовної підготовки, а також критерії відбору змісту філологічного утворення в немовному ВНЗ. У своїх роботах автори виходили із загальних положень теорій лінгводидактики й психолінгвістики (І.Л. Бім, А.А. Вербицький, І.А. Зимова, Г.А. Китайгородська, Г.В. Колшанський, А.А. Леонтьєв, А.А. Миролібов, Е.І. Пассов, М. Свейн, А.І. Смирницький, А.М. Шахнорович, Дж. Шейлз, Э.П. Шубін та ін.)

При дослідженні професійно-орієнтованої іншомовної підготовки студентів економічних ВНЗ структури змісту професійної підготовки фахівців не достатньо вивчено низку теоретичних питань.

По-перше, не був визначений характер професійно-діяльнісного й лінгвістичного елементів у структурі змісту й технології професійно-орієнтованої іншомовної підготовки у ВНЗ.

По-друге, не були теоретично обґрунтовані етапи професійно орієнтованої іншомовної підготовки.

По-третє, не був визначений склад і місце кластера професійних іншомовних комунікативних умінь у структурі змісту професійної іншомовної підготовки.

По-четверте, не була розроблена цілісна система критеріїв відбору змісту й технології професійно орієнтованої іншомовної підготовки [130].

Розвиток особистості професіонала відбувається як у період професійної підготовки, так і по завершенні навчання - у процесі роботи зі спеціальності. Найбільш ефективним є цілеспрямоване формування й розвиток особистості фахівця саме на етапі навчання, оскільки на стадії безпосереднього виконання професійно зумовлених дій розвиток особистості найчастіше відбувається інтуїтивно й емпірично, що вимагає більших витрат психофізіологічної енергії й збільшує тривалість етапів сходження до акме професійної діяльності.

Навчання іноземної мови на немовних факультетах ВНЗ – це засіб передавання студентам соціально й професійно значимої інформації, відпрацьовування навичок використання іншомовних джерел у своїй професійній діяльності, підготовки майбутнього фахівця до безперервної освіти. Це завдання можна вирішити в умовах професійно-орієнтованого навчання іноземної мови. Педагогічна система професійно-орієнтованого навчання іноземної мови є відкритою, складною, цілеспрямованою, динамічною, освітньо-навчальною системою, орієнтованою на реалізацію концепції особистісно-діяльнісного й комунікативного навчання у вищій професійній школі [57].

Зауважимо, що аналіз досліджень професійно-орієнтованої іншомовної підготовки студентів економічних ВНЗ засвідчив низку недосліджених теоретичних аспектів: не визначено характер професійно-діяльнісного й лінгвістичного елементів у структурі змісту й технології професійно-орієнтованої іншомовної підготовки у ВНЗ; не було теоретично обґрунтовано етапи професійно-орієнтованої іншомовної підготовки; не

визначено склад і місце кластера професійних іншомовних комунікативних умінь у структурі змісту професійної іншомовної підготовки; не розроблено цілісну систему критеріїв відбору змісту й технології професійно орієнтованої іншомовної підготовки [130]; не обґрунтовано місце і роль імітаційно-ігрового навчання іноземної мови студентів технічних ВНЗ.

Професіоналізація навчання іноземних мов висуває за головну мету підготовку фахівця, здатного використовувати іноземне мовлення як інструмент професійної діяльності й професійного пізнання (Т.Алексєєва, Л.Ананьєва, Л.Гапоненко, І.Куліш, В.Момот, О.Полякова, Л.Романова, Г.Скуратівська та ін). Тому цей напрям у практиці викладання іноземної мови у вищій школі можна вважати одним з найактуальніших.

Досягти високого рівня розвитку іноземного мовлення професійної спрямованості в майбутніх фахівців економічного профілю можливо за умови використання імітаційно-рольового, ігрового навчання, характеристику якого подано в наступному параграфі.

## **1.2 Імітаційно-рольова форма діяльності як складова професійно-орієнтованого навчання іноземної мови**

В основі професійно-орієнтованого навчання іноземної мови студентів технічних ВНЗ, як зазначають учені, лежить ігрова та імітаційно-рольова діяльність, яка дозволяє моделювати комунікативні мовленнєві ситуації професійної спрямованості.

Навчання з використанням імітаційно-рольових методів забезпечує переважання смислового компонента логічної пам'яті над миттєвою та механічною пам'яттю, слуховою та зоровою пам'яттю. Новизна форми подання навчальної інформації та пізнавальних дій студентів зумовлює стійкість уваги, перехід мимовільної в довільну, на якому базується пізнавальний інтерес - джерело і стимул їх активної мисленнєво-мовленнєвої діяльності. Саме ці психологічні засади виступають могутнім мотиваційним

стимулом, що забезпечує психічне налаштування студентів на активнотворчу участь в імітаційно-рольовій діяльності у процесі вивчення іноземної мови.

Реалізація імітаційно-рольових та ігрових методів забезпечує заміну традиційної раціональнішою й ефективнішою технологією навчання, основу якої складає ігрове імітаційно-рольове моделювання. Імітаційно-рольова діяльність стимулює творчість студентів. Приймаючи на себе рольове завдання, вони не тільки користуються засобами спілкування, але й прогнозують ігрові дії, тобто перевтілюються, імпровізують, творять.

Імітаційно-рольова діяльність - це можливість для активної взаємодії студентів та їх самореалізації у процесі вивчення іноземного мовлення. Завдання полягає в тому, щоб знайти оптимальні варіанти і моделі імітаційно-рольової взаємодії. Ця модель є механізмом самоорганізації і самонавчання студентів. Імітаційно-рольовий варіант - це важлива форма, в якій йдуть «могутні процеси, самонатхнення, самоперевірки, самовизначення, самовираження, самоствердження і само реабілітації» [114].

У вітчизняній педагогічній літературі усталилось положення про «двопланову поведінку гравця», що сходить до уявлень та ідей К. Станіславського, Ю. Лотмана, М. Бахтіна і розповсюджено на імітаційні ігри. Це означає, що у процесі гри учасник одночасно залучений у два роди діяльності: з-приводу гри і власне ігрову. Або іншими словами: він грає і «навмисно», і серйозно. Цією двоплановою поведінкою гравець повинен володіти, а «випадіння» із нього руйнує гру.

Імітаційні ігри виконують роль структурно-організованого соціального середовища, в якому індивід отримує власне поліфонічне зображення своїх індивідуальних якостей у знаках, при фактичній неучасті викладача, і людина «може отримати владу... і над проявом власних індивідуальних якостей». А. Асмолов підкреслює, що «індивідуальна природа людини у цьому сенсі настільки ж мінлива, як і перетворюваний ним світ. Людина володіє можливістю «взяти відносно автономні підсистеми індивідуальних якостей під



навмисний свідомий контроль» [16, с.200]. Отримує розвиток поєднання «централізованого і децентралізованого управління індивідами і соціальними системними якостями особистості» [96, с.60-62].

Слід зазначити, що творче рольове спілкування вимагає наявності розвинутих соціальних умінь. Ось чому рольові ігри на заняттях іноземної мови нерідко мають елементи соціального тренінгу (вправ із спілкування).

Імітаційно-ігрове спілкування - це активна пізнавальна діяльність в ігровій формі, в процесі якої студенти під керівництвом викладача є учасниками імітаційно-рольової ситуації, проявляють ініціативу, самостійність та змагальність, оволодівають іноземними знаннями, вміннями і навичками, виробляють творчий стиль діяльності, що забезпечує емоційну та інтелектуальну обстановку в аудиторії, атмосферу психологічного комфорту для кожного його учасника.

Зауважимо, що вільне входження суб'єкта в реальне життя в умовах ринкових відносин стало складнішим, а тому сьогодні, а ще більше в майбутньому, економічній освіті приділятиметься велика увага. Вимоги до професійної компетентності майбутніх фахівців економічного профілю, їхньої підготовки до самостійного життя зростають, і однією із складових цього процесу є культура спілкування як рідним, так і іноземним мовленням. Формування культури спілкування найбільш ефективним є при використанні імітаційних методів навчання.

Так, учені (Л. Кондрашова, М. Вієвська, Л. Савченко) під імітаційно-рольовою діяльністю розуміють педагогічну діяльність, що дозволяє через систему взаємопов'язаних понять імітації та гри, принципів і способів активних дій забезпечити процес становлення особистості, самоствердження і саморозвитку студентів.[113, с.62 ].

Явище, описане В. Петровським як «над ситуаційна активність» [194, с.357], спостерігається і в іграх, коли суб'єкт свідомо виходить за межі того, чого об'єктивно «вимагає» від нього ситуація. Тому ігри відрізняє надмірна мотивація або надстимульна дія, пряма апеляція до осмислення подій.

Імітаційні ігри індукують мисленнєву діяльність – “пошук та відкриття нового, самостійний рух до нових узагальнень” (С. Рубінштейн) [201, с.371], а головне – відкривають доступ до сенсу, що імпліцитно міститься в них, гідно відповідаючи «багатоликості кожної окремої людини» (Г. Сімкін) [212, с.26].

Імітаційні ігри – це особливий метод, інструмент, структура для збереження, передавання і вилучення сенсів. Останнє особливо важливе, оскільки тільки у процесі ігрового освоєння імпліцитно записаній грі структури відносин (а не простого читання інструктивної брошури) відкриваються нові, а часто й несподівані смислові зв'язки, розпізнати які, перебираючи варіанти сприйняття – основне завдання учасників.

Проте виявляється, що сенси, що відкриваються нам особисто – продукт спільних зусиль. В ігрових групах створюється колектив «особистісного типу, в якому кожен унікальний і незамінний, і тому всі потребують один одного» на відміну від колективу соціального типу, згуртованість якого визначається схожістю його членів один на одного («незамінних людей не існує»). Ігровий колектив відповідає концепції «цінності одиничного» (Г. Сімкін) [212, с.33].

Ігри з педагогічного погляду сприяють виконанню трьох важливих завдань [228, с.248]: створення психологічної готовності студентів до мовленнєвого спілкування іноземним мовленням; забезпечення природної необхідності багаторазового повторення ними мовленнєвого матеріалу; формування іншомовних комунікативних умінь, які є основою для ситуативного спонтанного спілкування. Важливість ігор, як справедливо зазначає Н. Сазон'єва, полягає в тому, що вони виступають самостійним явищем культури і не потребують вироблення штучної мотивації. До того ж, ігри мають давню традицію регламентації і творчого перетворення соціальних взаємин у ціннісно-естетичному і функціональному планах [263, с.31].

Рутинне завдання «засвоєння знань» доповнюється завданням наступного рівня – «оволодіння сенсом». С. Рубінштейн зазначав: «Ніщо не служить таким очевидним показником розумової обдарованості, як постійне виникнення у людини нових думок» [200, с.301]. Інтелектуальне задоволення, що відчувається у результаті участі у грі, вирішення складної задачі, добре відоме кожному і слугує критерієм оцінки ігрових імітацій. У кращих імітаційних іграх відтворюються множинні конфлікти, що адекватні науковому розумінню глобальної кризи як системної: необхідний вибір і перехід до нового стану системи. Дослідження дії циклу імітаційних ігор на учнях показало, що основний ефект спостерігається на особистісному рівні [96, с. 65].

Імітаційні ігри – один із засобів гуманістичної психології, що може бути визначена «як спроба відкрити людину та її ситуацію їй самій, щоб вона у повній мірі усвідомлювала всіма засобами, які сили впливають на її досвід отже, і на її дії». У результаті імітацій відбувається зміна орієнтації від здобуття конкретних навиків на здобуття особистісних якостей, індивідуальних властивостей. Завдяки відстороненню ролі в грі відбувається «вихід» особистості за межі «самого себе» в пошуку нових настанов і цінностей.

На початку 70-х років Кеті Грінблат виокремила такі показники ефективності проведення імітаційних ігор: підвищення мотивації та інтересу до навчальних занять взагалі та змодельованим у грі аспектам дійсності; пізнавальне навчання (в цю групу зведені такі цілі: отримання учасниками гри достатньої інформації; ілюстрація на конкретних прикладах понять, що торкаються людської поведінки; придбання учасниками гри навиків прийняття рішень; навчання учасників гри найкращим стратегіям в імітаційних ситуаціях та ін.); вплив участі в грі на навчальну роботу студентів; зміна ставлення студента до змодельованих ситуацій і до людей, які задіяні в них; зміна самооцінки студента і його оцінки значення і

можливостей людини взагалі; зміна у відносинах студентів та викладачів у ході занять [96, с.68- 69].

Імітаційно-рольова діяльність сприяє створенню на заняттях з іноземної мови середовища, яка стверджує позитивне ставлення студентів до навчально-пізнавальної діяльності. Позитивне ставлення до імітаційно-рольової діяльності сприяє становленню самоповаги, пізнання особистісних цінностей студентів. Беручи активну участь в цьому виді діяльності, майбутні фахівці отримують можливість незалежно від викладача та інших учасників висловити свою думку іноземною мовою, відстояти її, визначити самостійно способи виконання імітаційно-ігрових ролей, накреслити шляхи досягнення цілей, рішення мовленнєво-навчальних проблем. Імітаційно-рольова діяльність, активна участь в ній студентів дозволяє за допомогою гри й імітації домогтися значних змін у саморегуляції навчальних дій та комунікації, закріпленні позитивної мотивації до навчання, формуванні комунікативної культури, розвитку творчих здібностей.

У психолого-педагогічній літературі є різні підходи до поняття «імітація». Окремі вчені вважають, що імітація є метод, інші - що імітація є форма. Так, О.Набока розглядає імітацію, як способи проведення занять, при яких навчально-пізнавальна та виховна діяльність спирається на імітацію професійної діяльності, пізнавальну активність, соціальні процеси. Від традиційних ця група методів відрізняється орієнтованістю на проблему, а також інтенсифікацією логіко-пізнавальної діяльності студентів, тобто вона розглядає імітаційні методи навчання [59].

Імітаційні методи навчання поділяються, у свою чергу, на ігрові та неігрові. Специфіка ігрових методів у тому, що вони опираються на ігрову функціональну основу, тобто на ігрові елементи, зв'язки, відношення.

Серед ігор окремо виділяють ділові, організаційно-діяльнісні та інноваційні. Останній розподіл найповніше розкриває формувальну, розвивальну та виховну функції ігор, що важливо для формування комунікативної культури студентів економічних ВНЗ.

Термін «імітація» і в українській, і в іноземній літературі часто використовують як еквівалент слів «модель», «моделювання». Найбільш чітким, нам видається, визначення «імітація», згідно якого, – це приведення в дію моделі шляхом маніпулювання її елементами, що здійснюється ЕОМ, людиною або ними обома. У цьому випадку виникає так звана механічна імітація, що є не що інше, як вживання машинної реалізації повністю формалізованої моделі. Гра акумулює у собі елементи різних форм і методів навчання (конкретну ситуацію, розігрування ролей, дискусію та ін.). На відміну від ігрового проектування, імітаційного тренінгу, розігрування ролей гра володіє більш гнучкою структурою, не обмежує вибір об'єктів імітації, передбачає введення ситуацій, що спонтанно виникають [254, с.117].

Учені (Ю.Ганичев, О.Єльнікова, Т.Хайруліна та ін.) називають гру однією з форм навчання. Кожна гра призначена для розвитку творчого мислення, формування практичних умінь і навичок, відпрацювання індивідуального стилю спілкування та поведінки при колективному вирішенні завдань. Усі навчальні ігри вони поділяють на три групи: організаційно-діяльнісні, організаційно–мисленнево-діяльнісні та інноваційні, які різняться між собою, як запевняють автори, кінцевим продуктом. Організаційно–діяльнісні ігри спрямовані на здобуття нових знань і базуються на новому матеріалі. Організаційно–мисленнево-діяльнісні відпрацьовують розумові операції, вчать проектуванню культури комунікації. Інноваційні ігри розвивають творчі процеси, винахідливість, фантазію, алгоритм винаходу [150].

За змістом та цільовим напрямом ігри поділяються на рольові навчальні (дидактичні) та імітаційно-моделюючі. До рольових навчальних ігор відносять гру–драматизацію в поєднанні з емоційною рефлексією, гру–змагання, гру з постановкою та дослідженням проблеми, ділову гру. Серед імітаційно-моделюючих виділяють ігри–вправи, ігри-ілюстрації, ігри з підсилюючим рольовим компонентом, ситуативні ігри [130, с.75].

Структура педагогічного процесу у формі імітаційно-рольового моделювання пізнавальної діяльності студентів поєднує у собі співробітництво і співтворчість рівноправних його учасників, що об'єднані загальними дидактичними цілями. Дидактичні цілі імітаційно-рольового навчання повинні передбачати формування у студентів стійкої спрямованості на творчість, мотивованої активності і пізнавальної самостійності, які проявляються в єдності з високим рівнем творчих здібностей особистості та забезпечують результативність навчальної діяльності [154, с.13].

В основі класифікації ігор Д. Чернилевським було виокремлено дві ознаки: наявність моделі (предмета або процесу діяльності) і наявність ролей (характер спілкування тих, кого навчають). За ознакою відтворення (імітації) контексту професійної діяльності, її модельного виявлення у навчанні усі технології активного навчання поділяються на неімітаційні та імітаційні [254].

Неімітаційні технології не передбачають побудови моделей явища, що вивчається, процесу або діяльності. Активізація досягається тут за рахунок відбору проблемного змісту навчання, використання особливим чином організаційної процедури ведення заняття, застосування технічних засобів і забезпечення діалогічних взаємодій викладача та слухачів [254].

До неімітаційних форм і методів належать проблемна лекція, семінар-дискусія з «мозковою атакою» або без неї, виїзне практичне заняття, програмоване навчання, курсова, кваліфікаційна робота, стажування без виконання посадової ролі. Очевидно, що означені технології навчання створюють можливості не тільки передавати певну інформацію студентам, але й створювати передумови для розвитку деяких як загальних, так і мовленнєво-професійних навичок і умінь.

В основі імітаційних технологій лежить імітаційне або імітаційно-ігрове моделювання, тобто відтворення в умовах навчання з тією чи тією мірою адекватності процесів, що відбуваються у реальній системі. Побудова

моделей і організація роботи студентів з ними дають можливість відобразити у навчальному процесі ВНЗ різні види професійного контексту і формувати мовленнєво-професійний досвід в умовах квазіпрофесійної діяльності.

У відповідності з другою ознакою класифікації – наявність ролей – передбачається ігрова процедура в роботі з моделлю, тобто спілкування студентів між собою і з викладачами у процесі імітації.

До імітаційних ігрових технологій відносять: стажування з виконанням посадової ролі, імітаційний тренінг, розігрування ролей, ігрове проектування, дидактичну гру. До системи ігрових ситуацій у процесі вивчення іноземної мови входять підсистеми для навчання аудіювання, говоріння, читання і письма; комплекси вправ для навчання окремих мовленнєвих умінь, або груп "технічних" навичок, наприклад, для розвитку вмінь діалогічного мовлення або для формування навичок аналітичного читання, групи вправ для навчання навичок, наприклад, для формування умовних навичок говоріння або навичок читання і написання ділових листів.

Учені (Е. Хруцький, О. Ліфшиць) виділяють такі основні ознаки імітаційних ігор: наявність учасників гри (які навчаються), у яких спільне завдання - аналіз обстановки і прийняття рішень у відповідності до наданої кожному ролі; наявність керівника гри, який повинен видавати інформацію про умови, аналізувати рішення учасників гри і коригувати його; створення певних умов для аналізу обставин і прийняття рішень студентами; створення конфліктної ситуації; неможливість повної формалізації ситуації; динамічність змін обставин і наявність зворотного зв'язку між попередніми рішеннями учасників гри і кінцевими, пов'язаними зі змінами обставин.

Імітаційний тренінг передбачає відпрацювання визначених спеціалізованих мовленнєвих навичок та вмінь у роботі з різноманітними технічними засобами та пристроями. У цьому випадку імітується ситуація, обстановка професійної діяльності, а в якості «моделі» виступає саме технічний засіб (тренажери, робота з приладами і таке ін.). Професійний контекст тут відтворюється за допомогою як предмета діяльності (реального

технічного засобу), так і шляхом імітації умов його застосування [27] та супроводжується відповідним мовленням.

Розігрування ролей (інсценування) це ігровий засіб аналізу конкретних ситуації, в основі яких лежать проблеми взаємовідносин у колективі, проблеми вдосконалення стилю і методів керівництва. Цей метод активного навчання контекстного типу спрямований на розвиток поведінкових умінь як професійного, так і соціального характеру і передбачає введення визначених елементів театралізації, оскільки представлення ситуації, її аналіз і прийняття рішень здійснюється в особах. В якості матеріалу для розігрування ролей беруть, здебільшого, типові професійні ситуації, навички або вміння, тобто здійснюється відпрацювання дій гравців у заданих предметно-соціальних умовах. Такі види професійного інсценування можуть здійснюватись як рідною, так й іноземною мовами.

Імітаційно-рольова діяльність дозволяє придати навчанню студентів імпульс творчості, забезпечити самозанурення у творчий процес, активізацію мовленнєво-навчальних дій. У ході реалізації гри завжди виникає взаємодія суб'єктів, що беруть у ній участь. Грати - означає вступати в контакт з іншими. Контакти реалізуються через діалог між учасниками гри, що створює умови для творчого їхнього самовираження. Гра в навчальному процесі забезпечує студентам свободу дій, навіть у наслідувальні дії вона вносить щось своє.

Ігрове проектування є практичним заняттям, суть якого полягає у розробці інженерного, конструкторського, технологічного та інших видів проектів в ігрових умовах, максимально відтворюючих реальність. Цей метод відрізняється високою мірою поєднання індивідуальної та спільної роботи слухачів. Створення загального для групи проекту потребує, з однієї сторони, знання кожним технології процесу проектування, а з іншої – уміння вступати у спілкування і підтримувати міжособистісні стосунки з метою вирішення професійних питань.



Ігрове проектування може перейти в реальне проектування, якщо його результатом буде вирішення конкретної практичної проблеми, а сам процес буде перенесений в умови дієвого підприємства.

Що стосується терміну «імітація», то і в українській, і в іноземній літературі його часто використовують як еквівалент слів «модель», «моделювання». Найбільш чітким, нам видається, визначення «імітація», згідно якому, – це приведення в дію моделі шляхом маніпулювання її елементами, що здійснюється ЕОМ, людиною або ними обома. У цьому випадку виникає так звана механічна імітація, що є не що інше, як вживання машинної реалізації повністю формалізованої моделі. Гра акумулює у собі елементи різних форм і методів навчання (конкретну ситуацію, розігрування ролей, дискусію та ін.). На відміну від ігрового проектування, імітаційного тренінгу, розігрування ролей гра володіє більш гнучкою структурою, не обмежує вибір об'єктів імітації, передбачає введення ситуацій, що спонтанно виникають [254, с.117].

Імітаційно-рольове навчання дозволяє придати професійно-пізнавальній діяльності студентів імпульс творчості, забезпечити самозанурення в творчий процес, активізацію навчальних дій. У ході реалізації гри завжди виникає взаємодія боків, що беруть у ній участь. Грати - означає вступати в контакт з іншими. Контакти реалізуються через діалог між учасниками гри, що створює умови для творчого їхнього самовираження. Гра в навчальному процесі забезпечує студентам свободу дій, навіть у наслідувальні дії вона вносить щось своє.

Включення імітаційно-рольових форм у навчальний процес стимулює мисленнєву діяльність студентів, творче засвоєння предметних знань, умінь і навичок, розвиток організаторських здібностей. Аналогія, узагальнення, моделювання і програвання ролей, які мають місце в імітаційно-рольовій діяльності, спрямовують і фокусують думку в потоці інформації з обраної теми, вимагають постійної роботи думки, використання міжпредметних знань.

Ми вважаємо, що імітаційно-рольове навчання вміщує в себе умови для підготовки творчого і активного, здатного бачити перспективу, формулювати проблему, ставити і самостійно вирішувати її, реалізувати техніку комунікативної поведінки студента. Саме імітація і гра стимулюють творчість, служать кращою школою самовдосконалення, коли організований обмін досвідом, коли будь-яке відкриття одного, будь-яка цінна знахідка стає надбанням усіх.

Ігрові вправи, що використовуються у навчанні іноземної мови, повинні відповідати дидактичним вимогам:

- реалізувати принципи свідомості, розвивального навчання, наочності, тривалості результатів навчання, позитивного емоційного тла, посиленої труднощі;

- вимогам, що співвідносяться з методичними принципами інтенсивного навчання іноземної мови, а саме особистісно-орієнтовного спілкування, особистісно-рольової організації навчального матеріалу та навчального процесу, колективної взаємодії, сконцентрованості процесу навчання;

- окремим методичним вимогам, що визначаються проміжними цілями навчання певного виду мовленнєвої діяльності або співвідносяться з конкретними завданнями конкретного етапу навчання [79, с.39].

Досліджуючи процес формування навичок говоріння, необхідно висунути ще дві вимоги щодо використання ігрових вправ у навчальному процесі: систематичного використання ігрових вправ як складової частини загальної системи вправ, і комплексного використання ігрових вправ, які реалізуються шляхом поєднання програми розвитку однієї навички з програмою формування інших навичок, коли вправи з різних комплексів можуть успішно застосовуватись на одному занятті, або об'єднуватись в одну вправу як її елементи (Ф.С. Барцевич, О.Б. Бігич, С.Ю. Ніколаєва, Л.П. Смелякова, П.М. Щербань) [20; 166; 267].

Загальноприйнята класифікація ігрових вправ на основі ієрархії з восьми обґрунтованих критеріїв. Ці критерії класифікуються: 1) за метою - ігрові вправи для формування мовленнєвих навичок (лексичних, граматичних, слуховимовних, вимовних, орфографічних, графічних) та ігрові вправи для розвитку мовленнєвих умінь (аудіювання, говоріння в монологічній/діалогічній формі, читання, письма, перекладу); 2) за рівнем комунікативності - комунікативні ігрові вправи, умовно-комунікативні ігрові вправи та некомунікативні ігрові вправи; 3) за спрямованістю навчальної дії та отримання або виклад інформації – рецептивні ігрові вправи, репродуктивні ігрові вправи та продуктивні ігрові вправи; 4) за ступенем управління діями учасників – ігрові вправи з повним управлінням, ігрові вправи з частковим керівництвом та ігрові вправи з мінімальним управлінням; 5) за наявністю рольового компонента – ігрові вправи з рольовим компонентом та ігрові вправи без рольового компонента; 6) за наявністю елемента змагання (на особисту/командну першість ) та ігрові вправи без елемента змагання; 7) з урахуванням рухливості - рухливі та статичні ігрові вправи; 8) з використанням предметів – ігрові вправи з предметами та ігрові вправи без предметів [173, с.27].

Наявність багатьох критеріїв, що організовані ієрархічно, дозволяє характеризувати будь-яку ігрову вправу з різних сторін, що й буде зроблено далі у прикладах до системи ігрових вправ.

Вивчення питань типології вправ та положень теорії систем (І.В. Блауберг, В.М. Садовський, Є.Г. Юдін, та ін.), досліджень системного підходу до вирішення методичних проблем (І.Л. Бім, В.М. Скрипченко та ін.) дозволило нам розробити систему ігрових вправ, яка становить інтегративну частину загальної системи вправ, та методично спирається на наведену загальну класифікацію ігрових вправ.

До системи ігрових вправ входять чотири підсистеми для навчання аудіювання, говоріння, читання та письма; комплекси вправ для навчання окремих умінь або груп “технічних” навичок, наприклад, для розвитку умінь

діалогічного мовлення або формування навичок техніки читання; групи вправ для навчання навичок, наприклад, для формування вимовних навичок говоріння або графемно-фонемних навичок читання та письма.

Вимоги до використання ігор в навчальному процесі у вищій школі: систематичне використання ігрових ситуацій як складової частини загальної системи вправ; комплексне використання ігрових ситуацій, які реалізуються шляхом об'єднання програми розвитку однієї навички з програмою формування інших навичок, коли вправи із різних комплексів можуть успішно використовуватись на одному занятті або об'єднуватись в одну ситуацію, як її елементи.

При плануванні та проведенні ігор з предмета необхідно взяти до уваги, що вони значущі та ефективні в тому випадку, якщо кожен вид гри органічно вписується в навчально-виховний процес ВНЗ. У зв'язку з цим всі постійно діючі і періодичні види гри, які проводять в рамках системи, повинні органічно поєднуватися з тематичними планами викладача [129, с.22]. В основі функціонування системи ігрових вправ з економічних дисциплін лежить ряд принципів і особливих вимог, які визначають зміст, форми, напрям педагогічної дії на особистість, характер зв'язку окремих елементів системи. Наведемо найбільш значущі принципи, яким повинен слідувати викладач при проведенні ігрових вправ на заняттях з іноземних мов. Зв'язок з життям. Реалізація цієї вимоги дозволяє забезпечити тісний зв'язок між ігровою ситуацією й умовами життя і діяльності студента. Викладачу необхідно систематично знайомитися з актуальними у сфері економіки, подіями в житті нашої країни і за кордоном, читати іноземну літературу [260]. Необхідно використовувати краєзнавчий матеріал на занятті -грі. Нами буде показано у другому розділі, як можна побудувати гру на краєзнавчому матеріалі. Необхідно використовувати в ігрових ситуаціях матеріали з життя країни, економіка якої вивчається, створити ситуації, адекватні реальним ситуаціям спілкування, які дозволяють майбутнім

фахівцям висловити свою думку, поділитися своїми враженнями, розпитати про події та явища, які їх цікавлять та ін.

Не дивлячись на те, що останнім часом з'явилося багато новітніх педагогічних ідей щодо змін процесу освіти в нашій державі й активізації професійної позиції молоді, рівень професійної підготовки випускників вищих навчальних закладів не задовольняє вимогам, що ставить перед системою освіти держава. Причин тому багато, й одна з них, на наш погляд, полягає в тому, що в процесі оволодіння майбутніми фахівцями певними знаннями у вищому навчальному закладі перевага віддається предметним знанням й навичкам, а навичкам спілкування й ефективної взаємодії приділяється незначна увага. Якщо людина вирішує стати фахівцем, вона повинна усвідомлювати те, що все своє життя повинна присвятити вирішенню складних питань людських відношень, що її зброєю стане спілкування. А побудувати процес спілкування на професійному рівні можна тільки тоді, коли особистість усвідомлює покладену на неї відповідальність на рівень сформованості комунікативної культури та методики викладання іноземної мови. Існування людства немислимо без комунікативної діяльності. Незалежно від роду, віку, освіти, соціального положення, територіальної і національної приналежності і багатьох інших даних, що характеризують людську особу, ми постійно запрошуємо, передаємо і бережемо інформацію, тобто активно займаємося комунікативною діяльністю.

Характерними ознаками імітаційно-рольової діяльності є: імітаційне моделювання; опис ситуації; проблемний характер ситуації; розподіл ігрових ролей між учасниками гри з урахування їхніх можливостей, здібностей, підготовленості та професійних настанов; стан емоційно-позитивної напруги учасників імітаційно-рольової діяльності; пошук різноманітних рішень запропонованих завдань в імітаційно-рольовій ситуації; багатоваріантність рішень; обговорення результатів імітаційно-рольової діяльності; чіткість критеріїв для оцінки дій студентів в імітаційно-рольовій діяльності [114].

### **1.3 Педагогічні умови професійно-орієнтованого навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю**

З метою пошуку шляхів формування комунікативної культури засобами імітаційно-рольових ігор при вивченні іноземної мови ми звернулися до проблеми створення необхідних педагогічних умов, за яких означена культура успішно формується. Аналіз літератури дає змогу визначити умови ефективного формування комунікативної культури студентів. Проте, перед тим, як назвати педагогічні умови і розкрити їх зміст, доречно з'ясувати лексичне значення термінів «умова», «педагогічна умова».

У «Великому тлумачному словнику сучасної української мови» під редакцією В.Т. Бусел подається два значення терміна «умова». Перше значення трактує умову як «необхідну обстановку, передумову, яка робить можливим здійснення чого-небудь» [39, с.493]. Друге значення умови таке: «умови-це правила, вимоги використання яких забезпечує що-небудь» [39, с.493]. Для подальшої роботи нам необхідно з'ясувати лексичне значення терміна «педагогічна умова» [39, с.174].

Звертаючись до словників, знаходимо таке визначення педагогічної умови: «це необхідна обставина, передумова, яка робить можливим здійснення навчально-виховного процесу» [58,с.165].

Педагогічні умови - це ті обставини, за якими здійснюється навчально-виховний процес. При організації виховної роботи, вибір змісту виховання, форм і методів необхідно створювати конкретні умови, в яких здійснюється виховний вплив, відповідати індивідуальним та віковим особливостям молоді.

Аналізуючи форми і засоби викладання іноземної мови, ми дійшли висновку, що система традиційних форм викладання іноземної мови на економічних факультетах ВНЗ вже не має якісного впливу на заняттях з вивчення лексики та граматики іноземної мови. Відповідно до завдань дослідження, були розглянуті педагогічні умови, від упровадження яких

залежить успішне використання професійно-орієнтованого навчання іноземної мови при вивченні економічних дисциплін у ВНЗ немовного профілю.

Ефективність професійно-орієнтованого навчання буде можлива за реалізації таких педагогічних умов:

- наявності комунікативно-професійної спрямованості викладання іноземної мови у ВНЗ економічного профілю;
- професійно спрямованого іноземного мовлення позитивної мотивації у процесі навчання майбутніх фахівців економічного профілю;
- використання міжпредметних зв'язків у процесі професійного навчання іноземної мови студентів економічного профілю;
- занурення студентів в іншомовну імітаційно-рольову професійно спрямовану діяльність.

Ми передбачали, що створення таких педагогічних умов буде сприяти успішному впровадженню професійно-орієнтованого навчання іноземної мови майбутніх фахівців з економіки.

Відтак, першу умову визначимо як «наявність комунікативно-професійної спрямованості викладання іноземної мови у ВНЗ економічного профілю». Розглянемо її.

Не дивлячись на те, що останнім часом з'явилося багато новітніх педагогічних ідей щодо змін процесу освіти в нашій державі й активізації професійної позиції молоді, рівень професійної підготовки випускників вищих навчальних закладів не задовольняє вимогам, що ставить перед системою освіти держава. Причин тому багато, й одна з них, на наш погляд, полягає в тому, що в процесі оволодіння майбутніми фахівцями певними знаннями у вищому навчальному закладі перевага віддається предметним знанням й навичкам, а навичкам спілкування й ефективної взаємодії приділяється незначна увага. Якщо людина вирішує стати фахівцем, вона повинна усвідомлювати те, що все своє життя повинна присвятити вирішенню складних питань людських відносин, що її зброєю стане

спілкування. А побудувати процес спілкування на професійному рівні можна тільки тоді, коли особистість усвідомлює покладену на неї відповідальність на рівень сформованості комунікативної культури у процесі викладання іноземного мовлення. Існування людства немислимо без комунікативної діяльності. Незалежно від роду, віку, освіти, соціального положення, територіальної і національної приналежності і багатьох інших даних, що характеризують людську особу, ми постійно запрошуємо, передаємо і бережемо інформацію, тобто активно займаємося комунікативною діяльністю. Професійно-орієнтоване навчання іноземної мови вважається в цей час пріоритетним напрямом у реформованій освіті. З'явилася нагальна потреба по-новому подивитися на процес навчання взагалі й на навчання іноземної мови. На підставі теоретичного аналізу наукової літератури визначено, що специфіка навчання іншомовної професійно орієнтованої комунікації у ВНЗ полягає в тому, що професійно орієнтованого навчання іноземних мов студентів немовних спеціальностей у вищих навчальних закладах визначається чіткою постановою мети, націленої на максимальне задоволення професійних інтересів кожного студента; розвитком професійно значущих умінь і навичок, формування яких передбачається метою навчання як складової цілісного процесу у вищому педагогічному закладі; розробкою оптимальних засобів індивідуалізації професійно орієнтованого навчання іноземних мов.

Звертаючись до теоретичного аспекту питання (Б. Ананьєв, О. Бодальов, О. Леонтєв, Б. Ломов, В. Мясищев), ми бачимо, що здібність до встановлення взаємостосунків розглядається як специфічна форма активності суб'єкта. У спілкуванні люди розкривають свої особистісні якості. Автори підкреслюють, що в процесі спілкування важливим є не тільки прояв особистісних якостей суб'єкта, але і їх розвиток і формування в процесі спілкування. Це пояснюється тим, що під час комунікації людина засвоює загальнолюдський досвід, цінності, знання і засоби діяльності. Таким чином, відзначають учені, людина формується як персон і суб'єкт



діяльності. В цьому значенні спілкування стає найважливішим чинником розвитку особистості.

Необхідно відзначити, що останнім часом широке розповсюдження отримав термін «комунікація», разом з терміном «спілкування». Вперше термін «комунікація» [від лат. *communicatio* від *communicare* – робити загальним, повідомляти, розмовляти] з'явився в науковій літературі на початку ХХ століття і розглядався зарубіжними дослідниками в контексті двох основних загальнотеоретичних побудов: 1) біхевіоризму (основою комунікації є не мова як система, а безпосередні мовні сигнали, маніпулюючи якими можна виховати людину будь-якого складу; представником цього підходу є Д. Уотсон); 2) символічного інтераціоналізму (персоналізму), де комунікація є внутрішня метафізична здатність особи відкривати в собі відчуття іншого (Дж. Р. Мзс).

Після другої Світової війни визначилися два основні підходи до комунікації: 1) інформаційний – розглядає засоби інформації як єдиного стимулу і джерела соціального розвитку (Белл, Бжезінській); 2) другий підхід затверджує, що основним результатом комунікації є розуміння людини іншою людиною, тобто взаємне розуміння (А. Шюц) [264].

Виділяють мовну комунікацію і технічну, що, на наш погляд, має якусь відповідність з вищеописаними двома підходами до комунікації. Технічною є сукупність пристроїв, що забезпечують прийом і видачу інформації.

Мовна комунікація включає відправника мовлення, одержувача мовлення, їхню мовленнєву діяльність і повідомлення як продукт мовлення. Канал зв'язку тут відповідає умовам протікання мовленнєвої дії передавач і приймач – властивостям мовленнєвих механізмів комунікантів. В мовленнєвому спілкуванні береться до уваги ситуація спілкування. Таким чином, дослідники М. Дем'яненко, К. Лазаренко виділяють п'ять основних компонентів в мовленнєвій комунікації: 1) ситуація спілкування; 2) відправник мови; 3) одержувач мови; 4) умови протікання мовної дії; 5) мовне повідомлення [2; 16].

Предметом мовленнєвої діяльності є думки, які виражаються у зв'язку з певними мотивами в межах певної теми. Спонука до мовлення може бути і внутрішнім (виходячи з потреб самої людини) і зовнішнім (від іншої особи). Сама ситуація може містити в собі суперечності, які будуть вирішені в процесі комунікативної взаємодії. Така ситуація називається проблемною. Динамічність ситуації залежить від активності комунікантів, їх зацікавленості в спілкуванні спільності інтересів, їхнім ставленням один до одного, до ситуації [2, 16].

У словникових джерелах «комунікація» розтлумачиться як повідомлення, спілкування. Мова як засіб комунікації (дод. – комунікабельний). «Комунікація» і «спілкування» характеризуються як близькі синоніми, що дозволяє вважати ці терміни еквівалентами [38; 236].

Здібність людини до комунікації визначається в психолого-педагогічних дослідженнях загалом як комунікативність (Г. Андрєєва, А. Добровіч, Н. Кузьміна, А. Джекобі). Для того, щоб володіти комунікативністю, людина повинна оволодіти певними комунікативними вміннями.

Г. Андрєєва виділяє комплекс комунікативних умінь, оволодіння якими сприяє формуванню особистості, здібної до продуктивного спілкування: 1) уміння міжособистісної комунікації; 2) міжособистісної взаємодії; 3) міжособистісного сприйняття [9].

Перший вид умінь включає використання невербальних засобів спілкування, передавання раціональної і емоційної інформації і т.ін. Другий вид умінь є здібністю до встановлення зворотного зв'язку, до інтерпретації значення у зв'язку із зміною довкілля. Третій вид характеризується вмінням сприймати позицію співрозмовника, чути його, а також імпровізаційною майстерністю, що включає уміння без попередньої підготовки включатися в спілкування іноземною мовою та організовувати його.

Володіння цими вміннями в комплексі забезпечує комунікативне спілкування [2;19]. Зазначимо, що володіння означеними вміннями, здатність

встановлювати контакт з іншими людьми і підтримувати його була визначено як комунікативна компетентність (Ю. Жуків, Л. Петровська, П. Растянников і ін.) [77, 181].

Французький вчений А. Перре-Клемон характеризує комунікацію як загальне розуміння зв'язків індивідуальних дій щодо колективного продукту і подальша реалізація цих зв'язків у структурі нової сумісної дії, забезпечуючи опосередковування суб'єкт-об'єктні відносини за рахунок суб'єкт - суб'єктних відносин. Це включає в собі такі етапи: 1) планування; 2) встановлення контакту; 3) обмін інформацією; 4) рефлексія [2, 22].

Дослідники (І. Горелов, В. Житніков, Л. Шкатова) визначають комунікацію як акт спілкування (або комунікативний акт). На думку педагогів Н. Єлухіної, Л. Байдурової, Т. Шапошникової, І. Горелова та О. Залевської комунікація включає такі компоненти: комуніканти (що спілкуються, звичайно не менше двох чоловік); дія, яка має на увазі спілкування (говір, жестикуляція, міміка і т.п.); зміст повідомлення, що характеризується якою-небудь формою і значенням; канал зв'язку (органи мови, слуху, зоровий, візуально-вербальний); мотиви комунікантів (мета, наміри, спонуки) [19; 60; 80; 87].

Учені (О. Аліфанова, М. Лісіна, Є. Пассов, С. Павлова) виділяють чотири основні стадії спілкування: 1) орієнтування в навколишніх умовах, дистанція взаємодії в залежність від мети, соціальний контекст (залежно від мети спілкування); 2) формування смислового змісту висловів (підбір лексики мовних оборотів і т.ін.); 3) безпосередній хід спілкування, обмін висловами, орієнтованими на партнера, мовну взаємодію (сам комунікативний акт); 4) відключення від співбесідника, вихід з ситуації [6; 141; 175; 181; 183].

У соціальній психології можна знайти визначення комунікації, як окремого випадку спілкування, пов'язаного з обміном інформації. Ф. Барцевич, зазначає, що часто в побутовому мовленні, а подекуди й у науковій літературі спілкування ототожнюють з комунікацією. Однак

поняття "спілкування" і "комунікація" різняться між собою. Поняття "спілкування" є загальним, а "комунікація" - конкретним, що означає лише один із типів спілкування [20].

Спілкування - сукупність зв'язків і взаємодія людей, суспільств, суб'єктів (класів, груп, особистостей), у яких відбувається обмін інформацією, досвідом, уміннями, навичками та результатами діяльності. Це комплексне поняття, що охоплює всі можливі типи процесів взаємозв'язку і взаємодії людей: інформаційний (обмін інформацією), інтерактивний (зв'язки і впливи учасників) і перцептивний (сприйняття органами чуттів). Спілкування - одна з найнеобхідніших і всезагальних умов формування і розвитку суспільства й особистості. Комунікація ж, здебільшого, пов'язана лише з інформаційним зв'язком.

Спілкування в сучасному інформаційно-насиченому суспільстві виконує такі функції: контактну (встановлення атмосфери обопільної готовності передавати і сприймати повідомлення та підтримувати взаємний зв'язок до завершення акту спілкування); інформаційну (обмін інформацією, описами, запитаннями та відповідями); спонукальну (заохочення партнера, аудиторії або ж самого себе до виконання певних фізичних, фізіологічних, інтелектуальних, духовних та інших дій); координаційну (взаємне орієнтування й узгодження дій учасників спілкування щодо їх спільної діяльності); пізнавальну (адекватне сприйняття і розуміння змісту повідомлень, а також взаємне розуміння намірів, установок, переживань, станів один одного); емотивну («обмін» емоціями, збудження у партнера, аудиторії певних переживань, психічних станів тощо); налагодження стосунків (усвідомлення і фіксування свого місця в системі рольових, статусних, ділових, міжособистісних стосунків); впливову (спрямування на зміну стану, поведінки, ціннісно-мотиваційної сфери партнера: намірів, поглядів, думок, рішень, уявлень, потреб, рівня активності, смаків, норм поведінки, оцінних критеріїв тощо) [144]. У процесі спілкування ці функції тісно взаємодіють; може також переважати якась одна або декілька.

Отже, комунікативна спрямованість професійно-орієнтованого навчання іноземної мови студентів економічного профілю передбачає організацію активного спілкування студентів іноземною мовою у квазіпрофесійних ситуаціях.

Комунікативна спрямованість навчання передбачає також оволодіння студентами іншомовними комунікативними вміннями. Розглянемо їх.

У психології проблему комунікативних умінь досліджували О. Леонт'єв, Б. Ломов, П. М'ясоїд, Н. Шумакова.

Поняття «комунікативні вміння» складне і багатопланове, тому й розглядати його зміст слід, враховуючи як тлумачення комунікативності, так і тлумачення вмінь, оскільки комунікативність – це якісна характеристика особистості, а вміння потребують діяльнісного підходу. Звертаючись до словників, знаходимо такі визначення: уміння - це здобута на основі досвіду, знання, здатність належно робити що-небудь [59], засвоєний суб'єктом спосіб виконання дій, що забезпечується сукупністю здобутих знань і навичок [195], здатність належно виконувати певні дії, заснована на доцільному використанні людиною набутих знань і навичок. Вивчення кожного навчального предмета, виконання вправ і самостійних робіт виробляє в учнів уміння застосовувати знання» [59].

За П. М'ясоїдом, комунікативні вміння: «це вміння особистості, за допомогою яких вони здійснюють багатоплановий процес встановлення та розвитку контактів між людьми, яке передбачає обмін інформації, певну тактику, стратегію, взаємодію, сприймання, розуміння суб'єктами спілкування один одного» [159, с.278].

Н. Волкова розглядає вміння, як основну категорію дидактики, як здатність свідомо діяти на основі засвоєних знань. Уміння передбачають використання набутих знань. Формування їх є складним процесом аналітично-синтетичної діяльності і проходить кілька стадій; усвідомлення, оволодіння та реалізації [50].

Б. Ломов дає дещо ширше визначення поняття «комунікативні вміння» - «це вміння, за допомогою яких люди здійснюють взаємодію, в якій кожний з учасників керується більш чи менш свідомими мотивами, реалізує певні цілі, наприклад, намагається переконати в чомусь того, до кого звертається, показати їм своє ставлення до будь-якого факту, події» [143, с.23]. Як бачимо, вчений у своєму визначенні торкнувся як діяльнісного, так і мотиваційного аспектів комунікативних умінь.

Як бачимо, різні науковці майже однаково схилиються до думки, що вміння - це здатність успішно діяти в будь-якій ситуації, спираючись на вже засвоєні знання; здобуті людиною уміння не тільки визначають якість її діяльності, а й збагачують її досвід. Знання та вміння - це дві невід'ємні та функціонально взаємно пов'язані частини будь-якої цілеспрямованої дії. Якість уміння визначається характером та змістом знань.

У педагогіці проблемі комунікативних умінь присвячені праці таких учених: Ш. Амонашвілі, І. Зязюна, В. Кан-Каліка, А. Макаренка, В. Сухомлинського. Так, В. Сухомлинський в роботі «Сто порад вчителів» зазначає, що «комунікативні вміння, це вміння, що забезпечують можливість духовного спілкування людей» [236, с.101]. Зязюн І. визначає їх як «якості особистості, здатність її до спілкування з іншими людьми, товариськість. Ці якості не є природними, вони формуються в процесі життєдіяльності людини» [89, с.271]. Як бачимо, вчений підходить до визначення змісту поняття з погляду як особистісного, так і діяльнісного підходів.

Аналіз наукової літератури дозволив уточнити поняття «іншомовні комунікативні вміння»; відповідно до теми дослідження. Іншомовні комунікативні вміння - це особистісна якість та здатність індивіда здійснювати комунікацію іноземною мовою, що адекватна певному типу професійно-спрямованих мовленнєвих ситуацій та імітаційно-рольових ситуативних ігор, базуючись: 1) на лінгвістичних, соціокультурних, предметних, психолого-педагогічних знаннях, 2) на вміннях співвідносити мовні засоби з нормами іншомовної мовленнєвої поведінки, 3) на професійно

значимих особистісних якостях, які формуються в процесі професійного навчання.

Іншомовні комунікативні вміння – це риса особистості, яка керується позитивними мотивами в реалізації цілей спілкування іноземною мовою, при здійсненні комунікативних контактів та обміну інформацією іноземним мовленням з іншими співрозмовниками.

Занурення студентів в іншомовну професійно спрямовану діяльність, як зазначають учені, сприяє формуванню таких комунікативних умінь:

- оперативно і правильно орієнтуватися в умовах спілкування, що постійно змінюються;
- планувати і здійснювати систему комунікації;
- швидко і точно знаходити адекватні комунікативні мовні і немовні засоби, що відповідають як творчій індивідуальності педагога і ситуації іншомовного спілкування, так і індивідуальним особливостям студента;
- постійно відчувати та підтримувати зворотний зв'язок у спілкуванні іноземною мовою [84];
- вміння ввічливо звертатись й започатковувати розмову;
- вміння формулювати і відповідати на запитання, підтримувати розмову, висловлювати власну думку;
- вміння завершувати розмову.

Аналіз наукової літератури дозволив дати уточнене визначення поняття «комунікативні вміння»; так, з педагогічної позиції у процесі навчання іноземної мови на немовних факультетах комунікативні вміння визначається як особистісна якість та здатність індивіда здійснювати комунікацію, що адекватна певному типу ситуацій та імітаційно-рольових ситуативних ігор, базуючись: 1) на лінгвістичних, соціокультурних, предметних, психолого-педагогічних знаннях, 2) на уміннях співвідносити мовні засоби з нормами мовленнєвої поведінки, 3) на професійно значимих особистісних якостях, які формуються в процесі професійного навчання. Нами визначено, що зміст процесу формування комунікативних умінь студентів у ході навчання

іноземної мови на немовних факультетах включає в себе такі компоненти: мотиваційний, комунікативний, впливу та сприймання, емоційно-вольовий, конструктивний. Для оцінювання комунікативної культури за основу ми розглядаємо рівневий підхід (початковий, середній, достатній, високий).

Комунікативні вміння - це комплекс дій, які базуються на теоретичній та практичній підготовці, що дає змогу творчо використовувати теоретичні знання та комунікативні уміння й навички для відображення й перетворення дійсності.

Другою педагогічною умовою виступило забезпечення професійно-спрямованої позитивної мотивації у процесі навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю. Схарактеризуємо її. Мотивація, як зазначають психологи (Л. Айдарова, А. Маркова, А. Орлов, Л. Фрідман), є стрижнем особистості, що зумовлює особливості її поведінки і діяльності. Мотивація визначає спрямованість особистості, її характер, здібності, здійснює на них вирішальне значення. Відтак, визначимось із поняттям «мотив». У словникових джерелах «мотив» розглядається як спонукання до діяльності, пов'язане із задоволенням потреб суб'єкта; сукупність зовнішніх та внутрішніх умов, що викликають активність суб'єкта і визначають її спрямованість [91; 194]; це усвідомлена причина, що лежить в основі вибору дій та вчинків особистості [50].

Отже, мотиви це конкретні причини, спонукання, що змушують особистість діяти, здійснювати. Класифікувати мотиви, що діють в системі навчання, можна за різноманітними критеріями. Так, за характером діяльності розрізняють соціальні і пізнавальні мотиви. Під пізнавальними мотивами розуміється орієнтація на засоби здобуття знань, засвоєння конкретних навчальних предметів, орієнтація на одержання додаткових знань. Соціальні мотиви – це орієнтація на різні способи взаємодії з оточуючими, закріплення своєї ролі і позиції в групі [97].

За характером вияву мотиви поділяють на зовнішні і внутрішні. Зовнішні мотиви це такі мотиви, що виходять від батьків, педагогів, класу,



суспільства в цілому і набувають форму підказок, натяків, вимог, вказівок чи навіть примушень. Внутрішні мотиви - внутрішні спонукальні сили.

Існують свідомі і несвідомі мотиви. Свідомі виражаються в умінні особистості розповісти про причини, що спонукають його до дії. Несвідомі мотиви - це мотиви, які лише відчуються, існують у захопленнях, що не контролюються. В. Ковальов розглядає усвідомлені мотиви як властивість особистості щодо спонукання поведінки і діяльності, що виникають при вищій формі відображення потреб.

Л. Кондрашова виділяє реальні та ілюзорні мотиви. Реальні мотиви - це такі мотиви, що усвідомлені педагогом і учнем; ілюзорні - які могли б діяти при певних обставинах [110].

У практичній педагогіці мотиви об'єднуються в групи за спрямованістю і змістом: соціальні, пізнавальні, професійно-ціннісні, естетичні, комунікативні, статусно-позиційні, традиційно-історичні, утилітарно-практичні.

Учені (В. Давидов, О. Запорожець, Б. Ломов, О. Лурія, О. Матюшкін та ін.) трактують поняття «мотив» як потребу та інтерес особистості. Вони у визначенні мотивів звертають увагу на специфіку діяльності людини, яка збуджується кількома мотивами (потребами, що посилюють чи послаблюють діяльність людини). На їхню думку, розвиток мотивів знаходить своє вираження в становленні головних життєвих планів особистості, тоді мотиви, відповідаючи елементарним потребам, підпорядковуються головним соціальним і духовним потребам. Людина, як вважають науковці, може зневажати матеріальні блага, а також саме життя заради великих цілей [65, с.199].

Ю. Конаржевський, підкреслює, що для людини найвищим мотивом є самореалізація та сам процес роботи: її привабливість, здатність визвати зацікавленість, можливість виразити і показати себе [151, с.168].

Мотивація визначається як сукупність різних спонукань: мотивів, потреб, інтересів, прагнень, цілей, потягів, мотиваційних настанов, ідеалів і

т.ін., що в більш широкому розумінні передбачає загальну детермінацію поведінки [37].

М. Кордоуел дотримується визначення мотивації як внутрішнього психічного стану організму, який збуджує його вести себе певним чином. Він трактує головні складові мотивації: фізіологічний (задоволення фізіологічних потреб); стимули, що отримані в процесі освіти (мотиваційна тяга до грошей та ін.). М. Кордоуел інакше розуміє «мотивацію до досягнення». Автор вважає, що молодь з середніми розумовими здібностями частіше краще навчаються, ніж їхні більш здібні товариші. Схильність до постійної наполегливої роботи над важкими завданнями протистоїть людським здібностям і людина прагне досягти більшого, тому більше працює над собою [279, с.178].

В. Ковальов подає різну класифікацію мотивів: ідейні, політичні, моральні, етичні, широкі соціальні та ін. В окрему групу автор виокремлює види мотивів за різними видами діяльності, як-от: суспільно-політичної, навчальної, пізнавальної. Особливу групу становлять мотиви навчальної діяльності, яку П. Якобсон розглядає як мотивацію навчання.

Мотивація навчальної діяльності здійснюється свідомо особистістю, є результатом переробки тих впливів, які вона одержує як і з сім'ї та широкого соціального середовища, так і свого власного свідомого чи недостатньо свідомого ставлення до цих впливів, що пов'язані з особливостями життєвих настанов, прагнень та інтересів людини.

П. Якобсон виокремлює три групи мотивації навчання: а) негативна, коли той, хто навчається, відчуває певні труднощі в навчанні, неприємними переживаннями, які призводять до негативних наслідків у навчанні; мотивація, що закладена за межами навчальної діяльності, але має позитивний характер, вона пов'язана здебільшого з життєвими перспективами тих, хто навчається.

Третій тип мотивації закладений у самому процесі навчальної діяльності. Це мотивація, яка спонукає тих, хто навчається оволодівати

певним колом знань, умінь і навичок, коли сам навчальний процес занурює учнів у здобуття знань. Це позитивна мотивація, вона спонукає тих, хто навчається, до допитливості, бажання пізнавати кожного разу нове, одержувати від цього задоволення, долати труднощі і перепони в навчанні, виявляти творчість і самостійність у подальшому здобутті знань.

Саме формування такої усталеної позитивної мотивації до навчання іноземного мовлення у майбутніх фахівців економічного профілю було обрано нами однією з педагогічних умов експериментального професійно-орієнтованого навчання.

Для формування позитивного ставлення студентів до вивчення іноземного мовлення передбачалось створювати мотиваційні ситуації професійної спрямованості (вміння накреслити плани, які б співвідносилися з метою студентів; за допомогою нестандартних заходів заохотити молодь; навчити студентів ставити близькі і перспективні завдання (з удосконалення свого спілкування), а також уміння їх реалізувати; виховувати прагнення до пошуку засобів, які допомогли б досягти особистісних цілей оцінити свої комунікативні здібності, зробити самоаналіз та ін.

Наступною педагогічною умовою професійно-орієнтованого навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю виступила використання міжпредметних зв'язків.

Проблему міжпредметних зв'язків у вищих навчальних закладах досліджували А. Єрьомкін, Д. Коломієць, Л. Романишина, Н. Самарук, В. Сисоєв, М. Фіцула та інші. Питанню теорії та практики міжпредметних зв'язків, взаємозв'язку теоретичного та виробничого навчання присвячені праці Ю. Бабанського, С. Батишева, І. Зверева, Н. Лошкарьової, В. Максимової та ін. Характеризуючи міжпредметні зв'язки, слід зазначити, що в словникових джерелах це поняття тлумачиться як «дидактичний засіб, який передбачає комплексний підхід до формування й засвоєння змісту освіти, що дає можливість здійснювати зв'язки між предметами для поглибленого, всебічного розгляду найважливіших понять, явищ;

міжпредметні зв'язки є результатом узагальнюючих дій»; це «взаємне узгодження навчальних програм, зумовлене системою наук і дидактичною метою» [58].

Проблема реалізації міжпредметних зв'язків не нова, їй присвячено чимало наукових праць методичного та загально-педагогічного характеру. Однак сьогодні вона звучить з особливою силою щодо вивчення іноземних мов у вищому навчальному закладі економічного спрямування оскільки саме іноземна мова відкрита для використання інформації з інших предметів.

Вважаємо, що реалізація міжпредметних зв'язків при викладанні іноземних мов носить ще до деякої міри епізодичний характер. Це пояснюється насамперед відсутністю скоординованості між навчальними програмами з іноземної мови та з інших навчальних дисциплін, що унеможлиблює свідоме перенесення студентами набутих знань у сферу іноземного мовлення. Водночас у світлі сучасних тенденцій до синтезу та інтеграції наукових знань саме міжпредметні зв'язки є одним із шляхів інтегрування освіти, засобом підвищення загальноосвітнього, загальнокультурного потенціалу наукового закладу.

Професійно-орієнтоване навчання студентів іноземної мови в технічних навчальних закладах складається з трьох компонентів і відбувається в таких напрямках:

- соціокультурне спрямування - загальний курс іноземної мови (загальнонавчальна мова, мова для повсякденного, побутового спілкування);
- фахове спрямування - курс іноземної мови для спеціальних цілей (для спілкування спеціалістів різних галузей);
- професійне спрямування - курс іноземної мови для ділового спілкування, що є типовим для багатьох сфер професійної людської діяльності (наприклад, написання резюме, ділове листування, розмова за телефоном тощо), а також для підприємницької діяльності (сфери бізнесу).

На думку О. Тарнопольського і С. Кожушко [237], навчання починається із вивчення загального курсу іноземної мови, що переходить у

курс іноземної мови для ділового спілкування і продовжується оволодінням курсу іноземного мовлення для спеціальних цілей, який потрібний спеціалісту.

Міжпредметні зв'язки за своєю природою нестабільні, нефіксовані. Тому для широкого їх використання в процесі формування певної професійної якості необхідно виокремити відповідну інформацію з різних предметів на кожному етапі навчання та визначити можливість їх використання, тобто визначити зміст міжпредметних зв'язків. Тісний контакт із кафедрами профілюючих спеціальностей, консультування з фахівцями і читання спеціальної літератури, допомагає визначити ті характеристики іншомовної комунікативної діяльності, які необхідні майбутнім спеціалістам для їх успішного професійного спілкування іноземним мовленням [260].

В. Максимова зазначає, що визначити роль міжпредметного матеріалу на занятті з іноземної мови допоможе усвідомлення характеру взаємодії між елементами окремих дисциплін - лінійної (нові знання служать для поглиблення вже набутих); протилежної (нові знання уточнюють або й спрямовують засвоєнні раніше відомості), проблемної (нові знання створюють умови для розв'язання навчального завдання). Правильній побудові заняття сприятиме розуміння характеру змістових зв'язків, які можуть бути синхронними (матеріал суміжних дисциплін опрацьовується одночасно), репродуктивними (спиратися на засвоєне з інших предметів), перспективними (певне питання розглядається лише в основних рисах з орієнтацією на більш докладне вивчення на уроках з іншого предмета).

У розподілі видів міжпредметних зв'язків за часовим критерієм з 1-го по 5 –й курс розрізняють:

1) синхронні і асинхронні зв'язки (П. Кулагін [134], Н. Лошкарьова [145]). Під час використання синхронних зв'язків відбувається взаємообмін і взаємодоповнення дисциплін, що вивчаються в межах одного семестру, навчального року. Для ґрунтовного, всебічного вивчення певного явища, але

уникнення повтору матеріалу, слід узгоджувати навчальні програми суміжних дисциплін.

2) попередні, супутні і перспективні (П. Кулагін [134], Н. Лошкарьова [145]). «Попередні міжпредметні зв'язки - це такі зв'язки, коли при вивченні матеріалу курсу спираються на раніше отримані знання з інших предметів. Супутні зв'язки - це зв'язки, що враховують той факт, що низка питань і понять одночасно вивчаються. Перспективні міжпредметні зв'язки використовуються, коли вивчення матеріалу випереджає його застосування в інших предметах» [134; 145].

Нами було визначено міжпредметні зв'язки при вивченні іноземного мовлення з такими фаховими дисциплінами: «Історія економіки та економічної думки», «Економіка підприємства», «Макроекономіка», «Менеджмент», «Маркетинг», «Гроші та кредит», «Інфобізнес», «Облік у зарубіжних країнах», «Міжнародні фінанси», «Міжнародний маркетинг», «Міжнародна економіка». До тем з кожного предмета біло розроблено імітаційно-ділові ігри (див. додаток В). опишемо для прикладу окремі навчальні інструменти.

Навчальна дисципліна «Макроекономіка». Теми, що вивчаються:

1) «Ринок праці». Вид умовно-комунікативної іншомовної діяльності: навчання іншомовного ділового листування (написання резюме). Імітаційно-рольова гра «Працевлаштування. Співбесіда з працедавцями. «Круглий стіл зі студентами, які мають досвід праці в Америці за програмою «Work and travel».

2) Тема «Економічна динаміка». Вид іншомовної умовно-комунікативної ситуації. Аналіз та коментування невербальних та вербально-зображувальних (таблиці, схеми, графіки, діаграми) методами «Ротаційні трійки» та «Карусель».

Навчальна дисципліна «Маркетинг». Теми: а) «Маркетингова політика продажу». Імітаційно-рольова гра «Розробка та презентація рекламної

компанії»; б) «Сучасні проблеми маркетингу». Імітаційно-рольова гра «Захисти улюблений бренд від підробки» та ін.

Для фахівців економічного профілю важливим є проблемний підхід у вирішенні завдань, що, у свою чергу, є одним із найефективніших у формуванні мовних навичок і вмінь. У результаті застосування такого підходу навчальна мовленнєва діяльність імітує справжнє мовленнєве спілкування, зростає позитивна мотивація навчання. Іноземне мовлення виступає у своїй основній функції - засобом одержання і передавання нової інформації. Аналіз педагогічних джерел засвідчив, що міжпредметні зв'язки сприяють активізації пізнавальної діяльності студентів, кращому розумінню навчального матеріалу, оскільки демонструють його зв'язок із практичною діяльністю, ефективному формуванню інтегрованих знань, умінь і навичок, підвищенню рівня доступності і науковості навчання. Міжпредметні зв'язки є умовою вдосконалення усіх ланок процесу навчання. Вони здійснюють різнобічний виховний вплив на особистість студента. Для оптимізації навчально-виховного процесу, підвищення ефективності засвоєння знань слід використовувати всі типи міжпредметних зв'язків та ретельно узгоджувати поступовість вивчення дисциплін [257].

Наступною педагогічною умовою ефективного професійно-орієнтованого навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю було занурення студентів в іншомовну імітаційно-рольову професійно спрямовану діяльність (зміст означеної діяльності розкрито в § 1.2).

У процесі занурення студентів в іншомовну імітаційно-рольову ігрову діяльність було використано навчальні мовленнєві ігри, ігрові мовленнєві вправи, мовленнєві ігрові квазіпрофесійні ситуації.

Метою ігрової ситуації є формування, удосконалення і розвиток іншомовних навичок і вмінь студентів з різних видів іншомовної мовленнєвих діяльності шляхом багаторазового і різноманітного виконання

мовленнєвих дій (операцій), які стають особисто значущими для суб'єкта навчання, оскільки є вмотивованими участю в ігровій діяльності.

Ігрова мовленнєва вправа-це особливим чином організоване заняття з іноземної мови, у процесі якої всі її учасники мають рівний статус. Вона під силу навіть слабким студентам. Слабкий в мовній підготовці студент може стати першим у грі: винахідливість та кмітливість стають важливішими за знання предмета. Почуття рівності, атмосфера захоплення і радості, відчуття того, що завдання під силу – все це дає можливість подолати сором'язливість, що заважає вільно використовувати в мовленні слова іншої мови, забезпечує достатній рівень засвоєння того чи того навчального матеріалу.

Ігрові мовленнєві вправи, що використовуються у навчанні іноземної мови, відповідають таким дидактичним вимогам:

- реалізувати принципи свідомості, розвивального навчання іноземного мовлення, наочності, тривалості результатів навчання, позитивного емоційного тла, посиленої трудності;

- вимогам, що співвідносяться з методичними принципами інтенсивного навчання іноземного мовлення, а саме професійно-орієнтовного спілкування, імітаційно-рольової організації навчального матеріалу та навчального процесу, колективної взаємодії, сконцентрованості процесу навчання;

- окремим методичним вимогам, що визначаються проміжними цілями навчання певного виду іншомовної мовленнєвої діяльності або співвідносяться з конкретними завданнями конкретного етапу навчання [79, с.39].

Досліджуючи процес формування іншомовних навичок говоріння, ми дотримувалися ще таких вимог щодо використання ігрових мовленнєвих вправ у навчальному процесі: систематичного використання мовленнєвих ігрових вправ як складової частини загальної системи вправ, і комплексного використання ігрових вправ, які реалізуються шляхом поєднання програми



формування однієї навички з програмою формування інших навичок, коли вправи з різних комплексів можуть успішно застосовуватись на одному занятті, або об'єднуватись в одну вправу як її елементи (Ф. Барцевич, О. Бігіч, С. Ніколаєва, Л. Смелякова, П. Щербань) [20; 166; 267].

У дослідженні були використані такі ігрові вправи: за метою - ігрові мовленнєві вправи для формування мовленнєвих навичок (лексичних, граматичних, слуховимовних, вимовних, орфографічних, графічних) та ігрові мовленнєві вправи для розвитку мовленнєвих умінь (аудіювання, говоріння в монологічній/діалогічній формах, читання, письма, перекладу); за рівнем комунікативності - комунікативні ігрові вправи, умовно-комунікативні ігрові вправи та некомунікативні ігрові вправи; за спрямованістю навчальної дії та отримання або виклад інформації – рецептивні ігрові мовленнєві вправи, репродуктивні ігрові мовленнєві вправи та продуктивні ігрові вправи; за ступенем управління діями учасників – ігрові мовленнєві вправи з повним управлінням, ігрові мовленнєві вправи з частковим керівництвом та ігрові мовленнєві вправи з мінімальним управлінням; за наявністю рольового компонента – ігрові мовленнєві вправи з рольовим компонентом та ігрові мовленнєві вправи без рольового компонента; за наявністю елемента змагання (на особисту/командну першість ) та ігрові мовленнєві вправи без елемента змагання; з урахуванням рухливості - рухливі та статичні ігрові мовленнєві вправи; з використанням предметів – ігрові мовленнєві вправи з предметами та ігрові вправи без предметів [173, с.27].

Вивчення типології вправ та положень теорії систем (І. Блауберг, Є. Юдін, В. Садовський та ін.), досліджень системного підходу до вирішення педагогічних проблем (І. Бім, В. Скрипченко та ін.) дозволило нам розробити систему ігрових вправ, яка становить інтегративну частину професійно-орієнтованого навчання та враховує загальну класифікацію ігрових вправ.

До системи ігрових мовленнєвих вправ і ситуацій ввійшли чотири підсистеми для навчання аудіювання, говоріння, читання та письма іноземною мовою; комплекси мовленнєвих вправ для навчання окремих

іншомовних умінь або груп «технічних» навичок, наприклад, для розвитку умінь діалогічного мовлення або формування навичок техніки читання; групи мовленнєвих вправ для навчання навичок, наприклад, для формування вимовних навичок говоріння або графемно-фонемних навичок читання та письма. За допомогою професійно-орієнтованого навчання проводяться такі заняття комунікативної спрямованості: усні журнали, діалоги, диспути, заняття-протиріччя, прес-конференції тощо. Вони передбачають використання максимально різноманітних мовних засобів; виступи перед аудиторією; обговорення, критику або доповнення опонентів. Сприяють розвитку комунікативних умінь та навичок самостійної роботи.

Занурення студентів в іншомовну професійно спрямовану діяльність, сприяє формуванню комунікативних умінь:

- а) оперативно і правильно орієнтуватися в умовах спілкування, що постійно змінюються;
- б) правильно планувати і здійснювати систему комунікації;
- в) швидко і точно знаходити адекватні комунікативні засоби, що відповідають як творчій індивідуальності педагога і ситуації спілкування, так і індивідуальним особливостям вихованця;
- г) постійно відчувати та підтримувати зворотній зв'язок у спілкуванні.

У зв'язку з цим професійно спрямована діяльність майбутнього фахівця міжнародної економіки затверджує:

1. Наявність стійкої потреби в систематичному спілкуванні зі студентами в найрізноманітніших сферах міжнародної економіки.
2. Органічна взаємодія загальнолюдських та професійних показників комунікативності.
3. Емоційне задоволення на всіх етапах спілкування.
4. Наявність здібностей до здійснення педагогічної комунікації.
5. Наявність комунікативних навичок та вмінь.

Сформованість комунікативних умінь є необхідною передумовою становлення всього комплексу комунікативних здібностей до іншомовного

спілкування майбутніх фахівців. Але оволодіння таємницями педагогічного спілкування - завдання надзвичайно важке для майбутніх фахівців.

Як завдання з комунікативного самовиховання, можуть бути використані вправи на розвиток спостережливості у спілкуванні, формування м'язової свободи в процесі педагогічної діяльності, управління увагою у спілкуванні, розвиток комунікативної уяви, техніки і виразності мовлення, невербальних засобів. Необхідно також збагачувати досвід комунікативної діяльності, беручи участь в громадській роботі.

У процесі експериментальної роботи ми користувалися вимогами до ігрових методів у навчальному процесі вищої школи: систематичне використання ігрових ситуацій і вправ як складової частини професійно-орієнтованого навчання; комплексне використання ігрових ситуацій, навчальних ігор, які реалізуються шляхом об'єднання програми розвитку однієї навички з програмою формування інших навичок, коли вправи із різних комплексів можуть успішно використовуватись на одному занятті або об'єднуватись в одну ситуацію, як її елементи.

При плануванні та проведенні імітаційно-рольових ігор до уваги, що вони значущі та ефективні в тому випадку, якщо кожен вид гри органічно вписується в навчально-виховний процес ВНЗ та враховує специфіку його професій.. У зв'язку з цим усі постійно дієві і періодичні види ігор, які проводились у рамках системи, органічно поєднувалися з тематичними планами викладачів.

Отже, імітаційно-рольова діяльність, активна участь у ній студентів дозволяє за допомогою гри й імітації домогтися значних змін в саморегуляції навчальних дій та комунікації, закріпленні позитивної мотивації до вивчення іноземної мови, формуванні іншомовної комунікативної культури, розвитку творчих здібностей.

## Висновки з першого розділу

Професійне-орієнтоване навчання студентів вимагає від них високого рівня професіоналізму.

Професіоналізм – сформована в процесі навчання та практичної діяльності готовність до компетентного виконання функціональних професійних обов'язків; це рівень майстерності у конкретній професійній діяльності.

Аналіз педагогічної теорії і практики засвідчив, що принцип професіоналізації має значні резерви щодо підвищення ефективності навчання іноземної мови в технічних вищих навчальних закладах.

Саме тому особливе місце в навчально-виховному процесі технічних навчальних закладів посідає професійно-орієнтоване навчання майбутніх фахівців іноземної мови.

Професійно–орієнтоване навчання – це цілеспрямований процес передавання і засвоєння економічних знань, професійної діяльності, та активне становлення особистості, реалізація професійних якостей, здібностей, комунікативних умінь та навичок спілкування студента за роки навчання у ВНЗ. Досліджуваний феномен «професійно-орієнтоване навчання» майбутніх фахівців економічного профілю відноситься до сфери інтердисциплінарних, пограничних явищ. Воно містить у собі культурологічний, психологічний, педагогічний смисли і тому логіка і методи його дослідження адекватні вимогам гуманітарного пізнання. У сучасних умовах розвитку й постійного розширення всебічних міжнародних контактів іноземна мова стає найважливішим засобом професійної комунікації фахівців різних профілів, що й спричинило посилення мотивації у вивченні мов міжнародного спілкування.

Іншомовна професійно-орієнтована комунікація – процес, у межах якого забезпечується потенційна здатність комунікантів реалізувати обмін інформацією іноземним мовленням, а також самостійно здійснювати пошук,

накопичення й розширення обсягу професійно значущих знань у процесі природного іншомовного професійно-орієнтованого спілкування із зарубіжними фахівцями.

Процес навчання іншомовного професійно-орієнтованого спілкування у ВНЗ розглядається як важлива передумова формування іншомовної професійної комунікативної компетенції студентів, яка відбиває зміст, сутність та специфіку цього процесу.

Професіоналізація навчання іноземної мови становить за мету підготовку фахівця, здатного використовувати іноземне мовлення як інструмент майбутньої професійної діяльності і професійного пізнання.

Досягти високого рівня розвитку професійно-спрямованого іноземного мовлення у майбутніх фахівців економічного профілю можливо у процесі імітаційно-рольового, ігрового навчання, яке дозволяє моделювати іншомовні мовленнєві ситуації професійної спрямованості.

Імітаційно-ігрове навчання – це активна пізнавальна діяльність в ігровій формі, в процесі якої студенти під керівництвом викладача, як учасники імітаційно-рольової ситуації, виявляють ініціативу, самостійність та змагальність, оволодівають знаннями, вміннями і навичками, виробляють творчий стиль діяльності. Під імітаційно-рольовим навчанням розуміємо активну педагогічну діяльність, яка забезпечує процес саморозвитку студентів, що дозволяє студентам виявляти ініціативу, самостійність, оволодівати знаннями, вміннями і навичками з іншомовного спілкування, у процесі якого відбувається формування культури іншомовного спілкування.

Характерними ознаками імітаційно-рольового навчання є: імітаційне моделювання; опис ситуації; проблемний характер ситуації; розподілення ігрових ролей між учасниками гри з урахування їх можливостей, здібностей, підготованості та професійних настанов; стан емоційно-позитивного напруження учасників імітаційно-рольової діяльності; пошук різноманітних рішень на поставлені завдання й імітаційно-рольові ситуації; багатоваріантність рішень; обговорення результатів імітаційно-рольової

діяльності; чіткість критеріїв оцінки дій студентів в імітаційно-рольовій діяльності.

Отже, ефективність професійно-орієнтованого навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю можуть забезпечити такі педагогічні умови:

- наявності комунікативно-професійної спрямованості викладання іноземної мови у вищому навчальному закладі економічного профілю;
- забезпечення професійно спрямованої позитивної мотивації професійно-орієнтованого навчання майбутніх фахівців економічного профілю іноземної мови;
- використання міждисциплінарних зв'язків у процесі професійно-орієнтованого навчання студентів іноземної мови;
- занурення студентів в іншомовну імітаційно-рольову професійно-спрямовану діяльність.

Результати першого розділу дисертації відображено в таких публікаціях автора: [40], [42], [47].

## РОЗДІЛ 2

# ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА МОДЕЛЬ РЕАЛІЗАЦІЇ ПЕДАГОГІЧНИХ УМОВ ПРОФЕСІЙНО-ОРІЄНТОВАНОГО НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ЕКОНОМІЧНОГО ПРОФІЛЮ

### 2.1. Характеристика рівнів розвитку професійно спрямованого іноземного мовлення майбутніх фахівців економічного профілю

Експериментальна робота здійснювалась у два етапи: констатувальний та формувальний етапи експерименту.

Констатувальний етап експерименту передбачав:

- виявити використання імітаційно-рольових форм на заняттях як засобу розвитку іноземної мови студентів;
- з'ясувати ставлення студентів до занять з іноземної мови;
- визначити та схарактеризувати рівні розвитку професійно спрямованого іноземного мовлення майбутніх фахівців економічного профілю.

На другому експериментальному етапі було розроблено систему вправ ігрового та імітаційно-рольового спрямування та експериментальну програму з використання імітаційно-рольових форм навчання у немовних ВНЗ.

На прикінцевому етапі перевірялась ефективність запропонованої дослідницької програми та експериментальної моделі реалізації педагогічних умов професійно-орієнтованого навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю.

В експериментальній роботі брали участь студенти III-IV курсів факультетів міжнародної економіки Криворізького державного педагогічного університету, Черкаського національного університету та Дрогобицького державного педагогічного університету ім. І. Франка. Констатувальним

експериментом було охоплено 250 студентів експериментальних та 250 – контрольних груп. У контрольних групах навчальна діяльність здійснювалася за традиційними програмами і методикою. Експеримент проводився у звичайних умовах, не порушуючи логіки та ходу навчального процесу. Проведення констатувального експерименту передбачало вирішення таких завдань: виявлення уявлень студентів про сутність професійно-орієнтованого навчання, його структуру та значення; ставлення студентів до занять з іноземної мови; визначення рівнів розвитку професійно спрямованого іноземного мовлення майбутніх фахівців економічного профілю, які віддзеркалювали б ставлення студентів до навчальної діяльності. В основу дослідження було покладено такі положення:

- експериментальна методика повинна була забезпечити максимальну точність одержаних результатів;
- в ході дослідження здійснювалася єдність різноманітних методів, що забезпечувало всебічний підхід до вирішення поставленої проблеми;
- проведення експерименту відбувалося в природних умовах, щоб студенти не відчували себе об'єктом дослідження.

На першому етапі експериментальної роботи було проведено анкетування викладачів і студентів. Розглянемо насамперед результати анкетування викладачів іноземної мови щодо їхньої роботи зі студентами немовних ВНЗ.

В анкетуванні взяли участь 75 викладачів (див. текст анкети в дод. А). Проаналізуємо одержані дані.

На перше запитання анкети «Назвіть фактори, які забезпечують результативність взаємодії викладача і студента на заняттях з іноземної мови» було одержано такі відповіді: більшість викладачів (57%) серед факторів, що забезпечують результативність оволодіння студентами іноземної мови на заняттях, зазначили створення позитивного емоційного клімату заняття; 37% назвали комунікативні здібності як фактор, що



забезпечує результативність спілкування студентів на занятті; 6% викладачів утримались від відповіді.

Щодо ролі студента в навчально-виховному процесі, то переважна більшість викладачів (60%) назвали студентів об'єктом навчального процесу; 30 % респондентів вважають, що студент є і об'єктом, і суб'єктом навчання.

Щодо наступного запитання, то до нетрадиційних форм навчання 64% викладачів віднесли ігрові методи і прийоми, не уточнюючи, які саме; 26% - назвали «створення ігрових мовленнєвих ситуацій професійної спрямованості»; 10% викладачів назвали «ігрові вправи», «життєві ситуації», «ділові професійні ігри».

На запитання «Які умови забезпечили б високу результативність навчання студентів технічних ВНЗ іноземної мови?» респонденти відповіли таким чином: висока позитивна мотивація – 18%; наявність технічних засобів, лігафонних кабінетів – 42%; «професійна необхідність іноземної мови – 24%»; 16% респондентів утримались від відповіді.

Щодо задоволеності кількості годин з іноземної мови у немовних ВНЗ, то всі 100% респондентів виявилися не задоволеними.

Аналіз результатів анкетування засвідчив, що для немовних ВНЗ відсутні програми з грифом МОН України з іноземної, тому викладачі використовують російські варіанти програм, складають самостійно свої індивідуальні робочі програми.

У відповідях на запитання «Якою методикою Ви викладаєте іноземну мову?» було відзначено: традиційною – 56%; інноваційною – 14%; професійно-орієнтованою – 22% викладачів; 8% з них відмовилися відповідати.

Серед методів навчання іноземної мови було названо: вправи – 68%; мовленнєві ситуації – 12%; аудіювання, говоріння, читання, письмо – 20% викладачів.

З'ясувалося, що контроль знань студентів здійснюється на заняттях з іноземної мови шляхом їх оцінювання, атестації, контрольних робіт.

Щодо розуміння викладачами поняття «професійно-орієнтоване навчання», то 56% викладачів знають і розуміють поняття «професійно-орієнтоване навчання» і намагаються застосовувати на практиці в міру своїх можливостей; інші 44% - не використовують, оскільки немає таких можливостей.

З'ясувалося, що імітаційно-рольові ігри проводять 18% викладачів; 26% викладачів відповіли негативно, вони вважають, що імітаційно - рольові форми навчання краще проводити у творчих, з високим рівнем підготовки групах; 36% викладачів не зовсім розуміють призначення імітаційно-рольових форм і схиляються до традиційних занять; 20% респондентів утримались від відповіді.

Одержавши такі невтішні результати анкетування, було проведено експрес – опитування, в якому взяли участь 25 викладачів ВНЗ факультетів міжнародної економіки (див. табл. 2.1).

Таблиця 2.1.

Результати опитування викладачів іноземної мови щодо професійного спрямування навчання іноземної мови

Запитання	Відповіді, %		
	Так	Частково	Ні
1. Чи існує проблема професійного спрямування навчання іноземної мови на факультеті міжнародної економіки у ВНЗ I-II рівнів акредитації?	83	17	
2. Чи впливає професійно орієнтоване навчання на підвищення якості успішності студентів з іноземної мови?	50	50	-
3. Чи спираєтесь Ви на знання з фахових дисциплін у навчанні іноземної мови?	16	74	10
4. Чи задовольняє Вас наявне методичне забезпечення професійної спрямованості навчання іноземної мови ?	8	42	50

Як засвідчує таблиця, більшість викладачів іноземної мови (83%) вважають проблему професійного спрямування навчання актуальною. 50% опитаних вважають, що професійно-орієнтоване навчання з предметів циклу підвищує якість знань студентів з даних економічних дисциплін. 74% викладачів лише частково використовують знання з фахових дисциплін у викладанні предметів іноземної мови. 50% викладачів не задовольняє наявне методичне забезпечення щодо професійного спрямування іноземної мови, 42% - задовольняє частково, і тільки 8% вважають методичне забезпечення задовільним. 33,4% викладачів реалізацію професійно-орієнтованого навчання розуміє на рівні окремих тем курсів та фахових дисциплін, половина - на рівні окремих методів діяльності, а решта 16,6 % - на рівні інтеграції, змісту, форм діяльності.

Нами було проведено також опитування викладачів щодо використання ними імітаційно-рольових форм навчання іноземної мови. Одержані дані подано в таблиці 2.2

Таблиця 2.2

Використання імітаційно–рольових форм навчання з іноземної мови професійної спрямованості

№ п/п	Форми навчання	%
1.	Дидактична гра	11
2.	Ділова гра професійної спрямованості	3
3.	Театралізована гра	5
4.	Прес-конференція	8
5.	Гра "Поле чудес"	7
6.	Конкурси	12
7.	Ігрові вправи	44
8.	Не використовують	10

Як видно з таблиці, викладачі найчастіше використовують ігрові вправи в типово побудованому занятті - 44% респондентів. Дидактичні ігри

використовують тільки 11% викладачів: театралізовані ігри – 5%; прес-конференції – 8%; ігри типу «Поле чудес» - 7%; конкурси – 12% і тільки 3% викладачів вдаються до ділових ігор іноземною мовою професійної спрямованості.

Зауважимо, що анкетування та опитування викладачів засвідчили невтішні результати щодо професійно-орієнтованого навчання студентів іноземної мови та використання імітаційно-рольових форм навчання.

Наступним етапом експериментальної роботи було анкетування студентів II курсу економічних факультетів.

В анкетуванні взяли участь 385 студентів економічних факультетів других курсів. Нас цікавило насамперед мотивація студентів щодо вибору професії економіста.

На запитання, які ж чинники впливають на формування професійного становлення майбутніх фахівців міжнародної економіки, думки студентів розподілилися по-різному (див. табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Мотиви студентів факультетів міжнародної економіки щодо вибору професії

Групи мотивів	Абсолютне число студентів	% співвідно- шення
Пізнавальні мотиви: прагнення студентів до набуття нових знань (з економіки, психолого-педагогічних знань тощо); задоволеність від самого процесу навчання, пізнання нового	112	81,3
Мотиви особистісного зростання: прагненням самоствердження в суспільстві; можливістю постійно підвищувати свою кваліфікацію; виявляти свою індивідуальність в науковій діяльності; можливістю розвитку особистісних якостей; реалізації своїх здібностей	117	72,5

## Продовження таблиці 2.3

Професійні мотиви: інтерес до професії; прагнення одержати професію; зацікавленість майбутньою роботою; перспектива професійної кар'єри.	91	57,2
Соціальні мотиви: бажання принести користь суспільству; бажання мати високий заробіток; можливість швидко просунути по службі, досягти професійних успіхів.	65	33,1

Аналізуючи одержані дані результатів вивчення мотивів вибору спеціальності студентами, відзначимо насамперед те, що вони виокремлюють групу пізнавальних мотивів: 81,3% від числа досліджуваних студентів. Поряд з групою пізнавальних мотивів у числі пріоритетних першокурсники виокремили мотиви особистісного зростання - 72,5% студентів; професійні мотиви було виявлено у 57,2% студентів. Соціальним мотивам при виборі професії віддали перевагу 33,1% студентів першого курсу.

З метою з'ясування ставлення студентів (4-х курсів) до вивчення іноземної мови, зокрема, до занять з англійської мови також було проведено анкетування. Наводимо текст анкети:

1. Ваше ставлення до занять з іноземної мови: позитивне (чому?), негативне (чому?), байдуже (чому?).

2. Чи потрібне вільне володіння іноземною мовою у Вашій майбутній професії? – Так (чому?); - Ні (чому?).

3. Як Ви оцінюєте свій рівень володіння іноземною мовою? - Високий, достатній, задовільний, низький, нульовий (чому?).

4. Чи задовольняє Вас методика викладання іноземної мови у Вашому ВНЗ?

Проаналізуємо одержані відповіді. Результати анкетування подано в таблиці 2.4.

Ставлення студентів до занять з іноземної мови

Позитивне	Негативне	Байдуже
44%	46%	40%

Як з'ясувалося, 16% студентів відповіли «негативно», в них відсутній інтерес до вивчення іноземної мови, мотивуючи, що їм «нецікаво», «нудно», «заняття одноманітні», «вимагають зубріння»; позитивно відповіли 44%, мотивуючи, що «треба знати іноземну мову», 40% - підкреслили «байдуже», це «навчальний предмет треба, щоб був залік». Як бачимо, тільки 44% студентів ставляться до занять позитивно.

Опитування показало, що більшості студентів подобаються такі заняття англійської мови, на яких їм цікаво, якщо вони проведені у незвичайній формі.

На запитання «Чи потрібне вільне володіння іноземною мовою у вашій майбутній професії?» позитивно відповіли тільки 8%, мотивуючи тим, що це потрібно для закордонних відряджень; 12% студентів потрібно, щоб їздити в туристичні поїздки; 6% - щоб спілкуватись з іноземцями та іноземними студентами; 44% респондентів відповіли негативно, мотивуючи, що за такою методикою вони ніколи не будуть знати іноземну мову; 30% - відповіли «не знаю».

З'ясувалося за даними анкетування, що ніхто із студентів не оцінив свій рівень знань з іноземної мови оцінкою «високий», 12% - оцінили свій рівень знань як «достатній», 60% - «задовільний» і 28% студентів оцінили свої знання оцінкою «низький».

На останнє запитання «Чи задовольняє Вас методика викладання іноземної мови у Вашому ВНЗ?» були одержані такі відповіді: «так» - 10%; «не дуже» - 60%; 8% відповіли «мені байдуже», 22% студентів не задоволені методикою навчання: «нудно», «нецікаво», «сухо».

Аналіз результатів опитування засвідчив наявність певних труднощів, які відчували студенти під час спілкування іноземною мовою. А саме:

- непевненість через незнання, як продовжити розмову (68%), бідність словника;
- хвилювання через невміння розповісти достатньо чітко й зрозуміло, адекватно й точно (51%).
- незнання діалогічних форм спілкування (32%);
- відсутність навичок публічного виступу, незв'язне мовлення (49%);
- відсутність немовних засобів виразності (жестів, рухів, загальної поведінки, міміки) (51%);
- соромливість за неправильну вимову, граматичні помилки (37%).

Студентам III курсу була запропонована контрольна робота на виявлення знань і вмінь студентів з іноземної мови за розділами «Фонетика», «Граматика», «Лексика», «Говоріння», «Аудіювання» (див. додаток Б).

Результати виконання завдань подано в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Виконання студентами завдань з іноземної мови

Завдання	Оцінки				
	5	4	3	2	Не виконано
Фонетика	-	6	70	24	-
Граматика	2	24	62	12	-
Лексика	8	30	50	10	2
Говоріння	-	8	60	4	12
Аудіювання	-	18	50	2	14

Як засвідчує таблиця, бал «5» одержали тільки 2% студентів з розділу «Граматика»; 8% - з розділу «Лексика». Балом «3» було оцінено знання і вміння студентів: 6% - з розділу «Фонетика»; 24% - з розділу «Граматика»;

30% - з розділу «Лексика»; «Говоріння» - 8% та «Аудіювання» - 18% студентів.

Переважна більшість студентів було оцінено балом «3»: з фонетики – 70%; з граматики – 62%; з лексики – 50%; з говоріння – 60%; з аудіювання – 50% студентів.

Балом «2» оцінено з розділів «Фонетика» - 24%; «Грамматика» - 12%; «Лексика» - 10%; «Говоріння» - 20%; «Аудіювання» - 18% студентів. Не виконали зовсім завдання 2% студентів з розділу «Лексика»; 12% - з розділу «Говоріння» і 14% - з розділу «Аудіювання».

За результатами виконання студентами експериментальних завдань було виявлено ступені володіння студентами іноземною мовою: високий, достатній, задовільний, початковий (див. таб. 2.6).

Таблиця 2.6

Ступені володіння студентами іноземною мовою

Група	Ступені %			
	Високий	Достатній	Задовільний	Початковий
ЕГ	-	16	66	18
КГ	-	14	70	16

Як засвідчує таблиця, високого ступеня володіння іноземною мовою ніхто із студентів не досяг; на достатньому було 16% (КГ – 14%) студентів. Більшість студентів було на задовільному ступені – 66% (КГ – 70%) і на початковому – 18% (КГ – 16%).

Отримавши такі низькі результати щодо володіння студентами іноземною мовою, вирішили з'ясувати ставлення студентів до основної дисципліни – економіки, наявність пізнавального інтересу до занять з економіки.

З цією метою студентам було запропоновано відповісти на запитання «Ваше ставлення до вивчення дисциплін економічного циклу?» (позитивне – наявність стійкого інтересу до вивчення економіки; нейтральне –



епізодичний інтерес; негативне – відсутність інтересу), виконати контрольну роботу з економічних дисциплін.

Результати виконання студентами експериментальних завдань подано в таблиці 2.7.

Таблиця 2.7

Ступені пізнавального інтересу студентів до вивчення економічних дисциплін

Група	Ступені %			
	Високий	Достатній	Задовільний	Початковий
ЕГ	12	36	36	16
КГ	14	34	38	14

Як бачимо з таблиці, у студентів набагато краще ставлення до профільюючої дисципліни – економіки, ніж до іноземної мови. На високому ступені було 12% (КГ – 14%), на достатньому – 36% (КГ – 34%), на задовільному – 36% (КГ – 38%) і на початковому – 16% (КГ – 14%).

Нами було виокремлено і схарактеризовано ступені ставлення студентів до вивчення іноземної мови і профільюючої фахової дисципліни – економіки: початковий, задовільний, достатній, високий. Опишемо їх.

**Початковий ступінь.** Студенти цього ступеня не спроможні підтримувати діалог, будувати власне висловлювання іноземною мовою; у них відсутня потреба в спілкуванні іноземною мовою, в комунікативній діяльності; вони не прагнуть удосконалювати свої комунікативні вміння в іншомовному діалозі, обсяг лексики обмежений; не сформоване вміння обмінюватися інформацією; відсутня здатність створювати іншомовну мовленнєву ситуацію; відсутня комунікативна активність; наявні рольові бар'єри; не вміють організувати ситуацію спілкування; не виявляють інтересу до вивчення економіки, вони випадково обрали означену спеціальність.

**Задовільний ступінь.** У студентів наявні прагнення удосконалювати іншомовні комунікативні вміння, але вони не володіють зв'язним мовленням,

словник обмежений; відсутні вміння обмінюватись інформацією іноземною мовою, вміють не завжди будувати стратегію спілкування; можуть при бажанні організувати ситуацію спілкування, проте присутні мовні рольові бар'єри: відсутній інтерес до вивчення іноземної мови. Студенти не вміють самостійно виконати запропоноване завдання іноземною мовою з економіки. Слабко виражене бажання й інтерес до отримання знань з економіки. Поверхневе спілкування іноземною мовою. Наявний епізодичний інтерес до вивчення економіки, відчують певні труднощі у вирішенні економічних задач.

**Достатній ступінь.** Студенти цього ступеня добросовісно ставляться до вивчення іноземної мови; володіють комунікативними навичками; ініціативні, вільно вступають в діалог, підтримують розмов. Присутній стійкий інтерес до вивчення економіки, вміють самостійно планувати роботу, водночас їм притаманне розуміння значимості іншомовного спілкування професійної спрямованості, відсутня чітка професійна настанова на оволодіння іноземної мови. Прагнуть удосконалювати свої комунікативні уміння з іноземної мови, наявний інтерес до вивчення економічних дисциплін.

**Високий ступінь** притаманний студентам з яскраво вираженими пізнавальними інтересами як до вивчення іноземної мови, так і економіки; прагнуть якомога більше засвоїти англійської лексики з економічних дисциплін. Ці студенти виявляють високу активність на заняттях з англійської мови, диспутах, розв'язують пізнавальні завдання з економіки. Студенти високого рівня вміють самостійно планувати роботу з іноземної мови й економіки; наявний у них інтерес до вивчення економіки іноземною мовою. Простежується постійна потреба в іншомовному спілкуванні, комунікативній діяльності, прагнення удосконалювати свої комунікативні здібності.

Наступний етап роботи передбачав визначення критеріїв, показників і рівнів розвитку володіння іноземною мовою майбутніх фахівців економічного профілю.

Нами було визначено чотири критерії: мотиваційний, когнітивний, комунікативний та рефлексивно-емоційний.

До кожного критерію дібрано відповідні показники.

Мотиваційний критерій з показниками:

- ставлення студентів до вивчення професійно спрямованої іноземної мови;
- наявність інтересу до оволодіння іноземною мовою;
- потреба і бажання вивчати іноземну мову професійної спрямованості.

Когнітивний критерій з показниками:

- розуміння студентами текстів іноземною мовою;
- словниковий запас іноземної лексики професійної спрямованості;
- фонетична правильність вимови звуків і звукосполучень іноземною мовою;
- граматична правильність іноземного мовлення;
- зв'язність іноземного мовлення (діалог, монолог).

Комунікативний критерій з показниками:

- наявність комунікативних умінь іноземною мовою;
- комунікативна активність;
- комунікативна ініціативність;
- наявність мовних і немовних засобів виразності.

Рефлексивно-емоційний критерій з показниками:

- наявність взаємоконтролю та взаємооцінки іноземного мовлення;
- наявність самоконтролю та самооцінки іноземного мовлення.

На основі виокремлених критеріїв і показників було якісно схарактеризовано рівні розвитку володіння професійно спрямованою

іноземною мовою (початковий, задовільний, достатній, високий). Опишемо їх (див. табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Рівні розвитку професійно спрямованого іноземного мовлення майбутніх фахівців економічного профілю

Рівень	Показники
Початковий	<p>Студенти не спроможні підтримувати діалог, будувати власне висловлювання іноземною мовою; у них відсутні потреба у спілкуванні, комунікативній діяльності, здатність створювати іншомовну мовленнєву ситуацію, комунікативна активність, цілеспрямованість; вони не прагнуть удосконалювати свої комунікативні вміння в іншомовному діалозі. У студентів не сформоване вміння обмінюватись інформацією; наявні рольові бар'єри; не вміють організувати ситуацію спілкування, уподібнювати себе співрозмовнику, розуміти співрозмовника, виходячи з уявлень про себе. Для цього рівня характерні поверхневе спілкування, стереотипні педагогічні дії, відсутність прагнення налагодити співпрацю зі студентами, досягти взаєморозуміння, ігнорування погляду в системі «студент – викладач»; суб'єктивізм в оцінках і жорстка їх поляризація; власні комунікативні вміння розглядаються лише як "інструмент" дії; емоційна "глухота", епізодична пасивність (агресивність); стереотипність у сприйнятті й оцінюванні знань і поведінки студентів; занижена (або завищена) самооцінка, низький ступінь рефлексії власної поведінки. У майбутніх фахівців цього рівня відсутні такт, мовні і немовні засоби виразності; прагнення до особистісного і професійного зростання в іншомовному спілкуванні. Словник обмежений, спотворена звуковимова, наявні граматичні помилки, мовлення не зв'язне. Відсутні вміння самоконтролю і взаємоконтролю, самооцінка і взаємооцінка неадекватні.</p>

Задовільний	<p>Висловлювання студентів характеризуються змістовністю і зв'язністю, хоча у мовленні багато граматичних помилок; водночас у них наявні прагнення удосконалювати іншомовні комунікативні вміння, вимову звуків; уміння обмінюватись інформацією іноземним мовленням; прагнуть будувати стратегію спілкування; присутня комунікативна активність; сформоване вміння організувати ситуацію спілкування, проте наявні рольові бар'єри; не вміють уподібнювати себе співрозмовнику, хоча розуміють співрозмовників, виходячи з уявлень про себе. Для студентів цього рівня характерна цілеспрямованість, задоволення від іншомовного спілкування; розуміння значущості гуманістичного спілкування і взаємодії не перейшло ще в чітку професійну настанову; на рівень професійних знань іншомовної лексики накладає відбиток пасивне реагування на зміни педагогічної ситуації. Словник обмежений, наявні випадки взаємоконтролю та епізодичні спроби налагодити співпрацю зі студентами на заняттях з іноземного мовлення; для них характерна орієнтація на репродуктивну діяльність; розвиток комунікативних умінь (як вербальних, так і невербальних) поєднується із прагненням відповідати стандартам; зовнішня формальна доброзичливість при внутрішній байдужості і відсутності потреби в емоційному включенні в іншомовне спілкування; ситуативна тактовність; сприйняття студентів ускладнюється впливом певних стереотипів; самооцінка і взаємооцінка далеко не завжди є адекватними; відсутній самоконтроль, наявні окремі усвідомлення необхідності вдосконалення комунікативної культури, що пов'язується із самоствердженням у педагогічному колективі, відсутні немовні засоби виразності.</p>
Достатній	<p>У студентів яскраво виражена потреба в іншомовному спілкуванні, комунікативній діяльності, прагненні вдосконалювати свої</p>

	<p>комунікативні вміння з іноземного мовлення; наявний інтерес до іншомовного спілкування та вміння обмінюватись інформацією; вони володіють професійно спрямованою лексикою; водночас у спілкуванні трапляються подекуди фонетичні і граматичні помилки. Мовлення зв'язне; вступають у діалог, підтримують полілог; у них добре розвинена ініціативність щодо створення мовленнєвої ситуації, спілкування професійної спрямованості. Студенти швидко будують стратегію спілкування, застосовують мовленнєві і немовленнєві засоби спілкування; в них спостерігається комунікативна активність, проте присутні рольові бар'єри, наявні вміння уподібнювати себе співрозмовнику, розуміти співрозмовника, виходячи з уявлення про себе, одержують радість від іншомовного спілкування, в них присутня ініціативність, цілеспрямованість у процесі спілкування; бажання оволодівати професійно спрямованим іноземним мовленням.</p>
Високий	<p>У студентів чітко простежується потреба в іншомовному спілкуванні; яскраво виражений інтерес до комунікативної діяльності, прагнення вдосконалювати свої комунікативні вміння з іноземного мовлення; є бажання спілкуватись іноземною мовою у процесі вивчення економічних дисциплін; у майбутніх фахівців розвинуті вміння обмінюватись інформацією іноземною мовою з економічних дисциплін; вони швидко і легко вибудовують стратегію спілкування, активно застосовують мовленнєві і немовленнєві виразні засоби спілкування; в них наявна висока комунікативна активність та вміння організувати відповідну ситуацію спілкування; відсутні рольові бар'єри; уміють застосовувати різні засоби впливу на співрозмовника; наявні вміння пристосовуватись до співрозмовника; легко розуміють співрозмовника; одержують радість, задоволення від іншомовного спілкування. У майбутніх фахівців економічного профілю яскраво виражена ініціативність, цілеспрямованість у процесі іншомовного</p>

	<p>спілкування; усвідомлення необхідності вільного володіння іноземного мовлення як професійної цінності. Спілкування і взаємодія зі студентами на заняттях базується на чітких гуманістичних настановах, прагненні до взаєморозуміння і співпраці; пріоритетність діалогічної форми іншомовного спілкування, готовність до новизни, дискусії і обговорення. Вербальні форми спілкування, відповідно до змістовного боку, характеризуються точністю, дохідливістю і доцільністю. Майбутнім фахівцям властива висока техніка володіння іноземною мовою: чітка і правильна вимова звуків і звукосполучень; відсутність граматичних помилок; легко будують діалог, монолог, беруть участь у полілозі; в них розвинені емпатія, тактовність, відчуття гумору, здібності рефлексії, поглиблене, адекватне сприйняття і розуміння студентів та їхніх інтересів у знаннях лексики з економічного профілю, об'єктивна оцінка їх діяльності; прагнення до вдосконалення комунікативної культури пов'язане з особистісним і професійним зростанням щодо підвищення фаху з економічного профілю та спілкування іноземною мовою. Взаємооцінка, взаємоконтроль, самооцінка і самоконтроль адекватні.</p>
--	---

При виявленні рівнів розвитку професійно спрямованого іноземного мовлення ми враховували теоретичні положення, що відбивають поетапний характер розвитку якостей і рис особистості, сформульовані О. Леонтьєвим, Ф. Корольовим та іншими. Згідно з цими положеннями при переході від нижчого рівня розвитку на більш високий реалізується принцип наступності, тобто в основі формування більш високого рівня розвитку тієї або тієї риси особистості лежать особливості попереднього рівня.

Знання характеристик кожного рівня розвитку професійно спрямованого іноземного мовлення майбутніх фахівців міжнародної

економіки засобами професійно-орієнтованого навчання дозволило діагностувати динаміку їх розвитку, здійснити оптимальний вибір форм і методів з метою підвищення як загального професіоналізму, так і рівня оволодіння іноземної мови майбутніх фахівців.

До кожного показника в межах кожного критерію було розроблено діагностичні завдання, тести, вправи (див. додаток Б).

Діагностичний зріз проводився на III- IV курсах економічних факультетів з метою виявлення рівнів розвитку професійно спрямованого іноземного мовлення. Для цього були використані насамперед завдання, які містили в собі комунікативну спрямованість: студентам потрібно було за допомогою допоміжних слів привітатися з різними людьми при різних обставинах/американським другом, американським підприємцем, познайомити своїх бізнес партнерів зі своїм колегами по бізнесу/, пропонувалося відповісти на запитання, які потребували наявності відповідного словника, певних мовленнєвих умінь, дати додаткові тлумачення своїх відповідей, якщо ситуація вимагала цього. Низка завдань була спрямована на виявлення у студентів вміння зрозуміло висловлювати власні думки, дискутувати, аналізувати проблемні ситуації, розв'язання яких залежало від уміння виявити причину проблеми і вміння донести свою думку до інших.

Завдання, які вимагали активної участі студентів у складанні діалогів, полілогів, вміння вести розмову, слідкувати за перебігом думок своїх одногрупників і певним чином висловлювати свої думки, ідеї, шляхи розв'язання проблеми. Перевірялися вміння передати інформацію іноземною мовою та з'ясувати необхідну інформацію з економіки; поставити запитання та відповісти на професійно спрямоване запитання іноземною мовою; подякувати чи відмовити; підтримати розмову та висловити власну думку іноземною мовою та ін.

Визначаючи обсяг лексики, достатній для забезпечення потреб професійно-орієнтованого навчання англійської мови, ми виходили з досвіду



відомих європейських компаній, які при оцінюванні англомовної підготовки економістів застосовують міжнародно визнану практику. За чинною шкалою, що застосовують у загальній системі, функціонально достатнім рівнем для спеціаліста вважається володіння 4500-5000 слів, володіння основними структурами часу та виду англійського дієслова та здатність спілкування одночасно з кількома співрозмовниками в ситуаціях професійної сфери.

Низка завдань була спрямована на з'ясування розуміння студентами іншомовних професійно спрямованих текстів, фонетичну і граматичну правильність мовлення, використання мовних і немовних засобів виразності, наявність умінь взаємоконтролю і самоконтролю, самооцінки і взаємооцінки.

Оцінювання результатів виконання завдань відбувалося за бальною системою. За кожне правильно виконане завдання студент одержував 6 балів (див. табл. 2.9). Всього завдань 14.

Таблиця 2.9

## Оцінювання результатів виконання студентами завдань

Рівні	Бали
Високий	84-80
Достатній	79-72
Задовільний	71-50
Низький	нижче 50

За результатами виконання усіх запропонованих завдань і тестів було виявлено кількісну характеристику рівнів розвитку професійно спрямованого іноземного мовлення у майбутніх фахівців економічного профілю.

Кількісні дані розвитку професійно спрямованого іноземного мовлення у майбутніх фахівців економічного профілю подано в табл. 2.10.

Таблиця 2.10

Рівні розвитку професійно спрямованого іноземного мовлення майбутніх фахівців економічного профілю на констатувальному етапі (%)

Група	Рівні			
	Високий	Достатній	Задовільний	Початковий
ЕГ	8	20	40	32
КГ	10	18	42	30

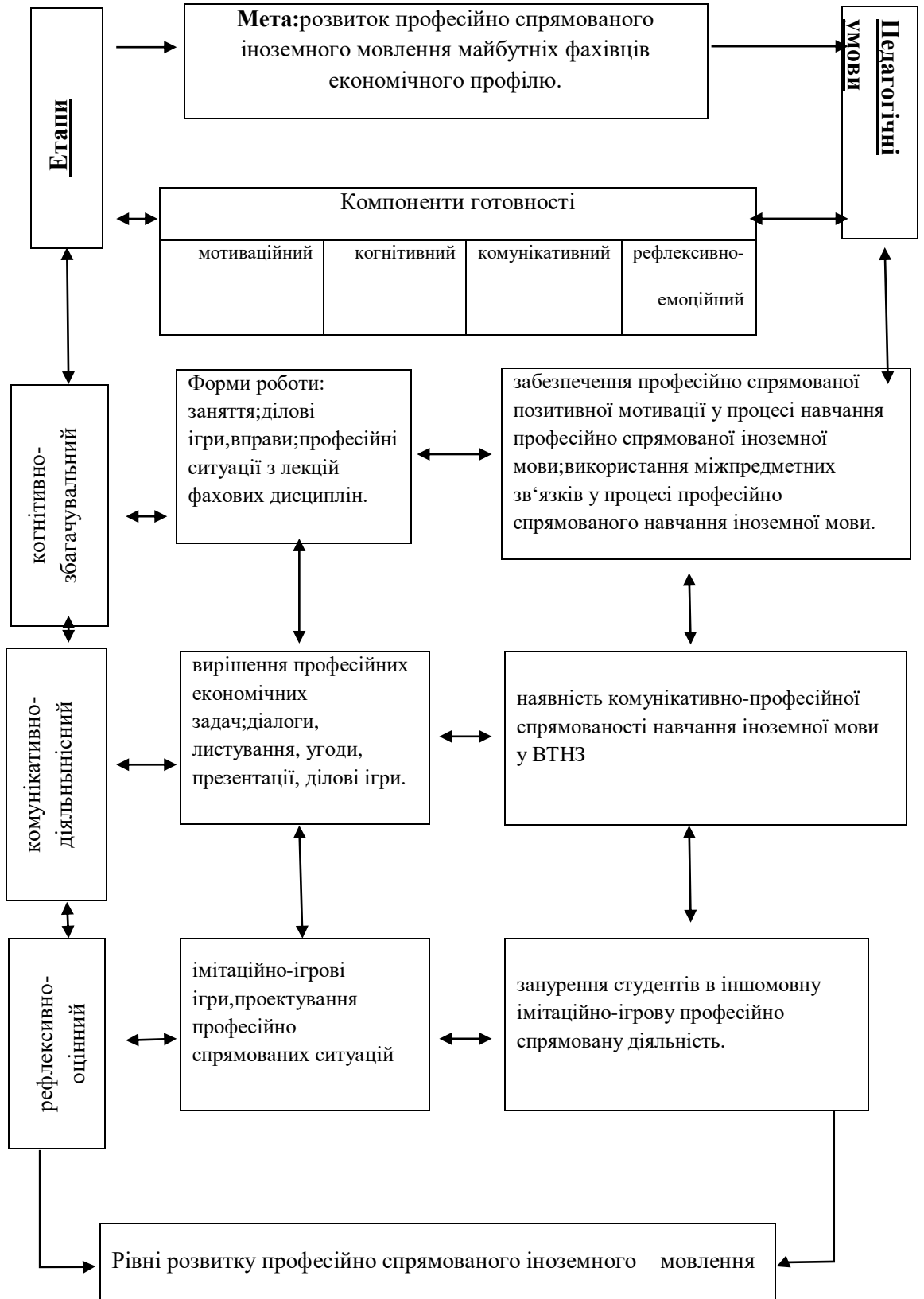
Як засвідчує таблиця, на високому рівні розвитку професійно-спрямованого іноземного мовлення було всього 8% студентів експериментальної і 10% - контрольної груп. На достатньому рівні виявлено 20% студентів експериментальної і 18% - контрольної груп. Як з'ясувалося, найбільша кількість студентів перебувала на задовільному: 40% - в експериментальній та 42% - у контрольній групах та початковому рівнях: 32% - в експериментальній та 30% студентів у контрольній групах.

Як бачимо, більшість студентів перебувало на задовільному і початковому рівнях.

## **2.2 Експериментальна модель професійно-орієнтованого навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю**

Метою формувального етапу експерименту виступила реалізація педагогічних умов та методики професійно-орієнтованого навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю. Задля цього була розроблена експериментальна модель професійно-орієнтованого навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю (див. схему 2.1), яка охоплювала три етапи: когнітивно-збагачувальний, комунікативно-діяльнісний, рефлексивно-оцінний.

**Експериментальна модель реалізації педагогічних умов професійно-орієнтованого навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю**



Метою першого – когнітивно-збагачувального етапу було збагачення мовлення студентів іноземною лексикою професійно-орієнтованої спрямованості; навчання їх проектувати варіативні професійно спрямовані мовленнєві ситуації іноземною мовою; будувати відповідні діалоги, полілоги, монологи.

На цьому етапі було реалізовано такі педагогічні умови – використання міжпредметних зв'язків у процесі професійно-орієнтованого навчання іноземної мови та забезпечення професійно спрямованої позитивної мотивації у процесі навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю.

Формами і методами роботи зі студентами було обрано: заняття з англійської мови професійної спрямованості на матеріалі фахових дисциплін економічного циклу, рецептивно-репродуктивні, питально-відповідні вправи, проектування професійно-мовленнєвих ситуацій, ділові ігри, імітація розвитку іншомовних виробничих ситуацій.

Другий – комунікативно-діяльнісний етап був спрямований на розвиток комунікативних умінь студентів. Студентів учили будувати професійно спрямовані тематичні діалоги, полілоги, організовувати такі форми спільної мовної діяльності як дебати, дискусії на професійні теми, круглі столи, дискусії в стилі телевізійного ток-шоу.

На другому етапі реалізувалась педагогічна умова – наявність комунікативно-професійної спрямованості навчання іноземної мови у ВТНЗ.

На третьому – рефлексивно-оцінному етапі закріплювались набуті комунікативні вміння щодо професійно спрямованого англійського мовлення, відбувалося стимулювання творчих проявів студентів щодо активного використання англійського мовлення у майбутній професії студентів. Провідною педагогічною умовою на цьому етапі було занурення студентів в іншомовну імітаційно-ігрову професійно спрямовану діяльність. Студентів учили самостійно обирати різні за складністю професійні теми і вибудовувати діалоги, мовленнєві виробничі ситуації, проекти перемов, угод.

Широко використовувались різного типу комунікативні вправи, рольові імітаційні ділові ігри, презентації, брейн-ринги, складання письмових документів, ділових листів, угод, наукові конференції.

Безпосередньо формувальним етапам дослідження передував підготовчий – пропедевтичний етап, який був спрямований на розробку і коригування міжпредметних зв'язків дисциплін економічного циклу та іноземної мови; розробку системи вправ до кожного етапу навчання та проведення педагогічного семінару з викладачами, які були задіяні в експерименті.

Насамперед було розроблено програму використання міжпредметних зв'язків з економічних дисциплін при навчанні студентів іноземної мови, які представлені в табл. 2.11.

Було розроблено спецкурси «Англійська мова з поглибленим вивченням» для студентів III-IV курсів спеціальності «Банки» та «Ділова англійська мова»; послідовну систему вправ різних за структурою, установкою та способом виконання. Серія вправ розроблялась за кожним показником у межах кожного критерію від репродуктивних до творчих з метою формування 1) вмінь побудувати змістовне висловлювання за моделлю ; 2) вмінь вільно оперувати мовним матеріалом; 3) професійно-спрямованої комунікативної компетенції з орієнтацією на економічні дисципліни.

На кожному практичному занятті систематично та послідовно використовувалися питально-відповідні вправи, головною метою яких є отримання інформації та сприяння мовленнєвій розминці. Слід зазначити, що запитання завжди несуть у собі комунікацію, вони спрямовані на співрозмовника, вимагають відповіді. Використання таких запитань спонукало студентів використовувати не тільки наданий дидактичний матеріал (текст, малюнок), але й активно застосовувати свої раніше набуті знання, життєвий досвід для висловлювання власних думок.

Таблиця 2.11

## Використання міжпредметних зв'язків з економічними дисциплінами при навчанні іноземної мови

№	Дисципліна	Завдання дисципліни	Тема яка вивчається	курс	Різновид комунікативної або умовно-комунікативної іншомовної діяльності
1	Історія економіки та економічної думки	На методологічних засадах цивілізаційної парадигми розвитку суспільства сформувати сучасне економічне мислення та світогляд студентів, забезпечити засвоєння ними знань і методів історичного аналізу економічних процесів	Ринкове господарство країн європейської цивілізації в період монополістичної конкуренції(II пол. XIX-поч. XX ст.)	1	Круглий стіл з теми «Особливості розвитку ринкового господарства та основні напрямки економічної думки в Європі» (II пол. XIX-поч. XXст.)
2	Економіка підприємства	Вивчення господарських процесів, що відбуваються у виробничо-комерційних системах підприємств; закріплення комплексу економічних знань і засвоєння досягнень теорії та практики управління підприємствами	1) Структура та управління підприємством  2) Організація виробництва і	2	1)Презентації різних структур організацій, підготовленні методом «Спільний проект». Критичний аналіз групою експертів.  2)Обговорення аудіо і відеофрагментів методом «Прес».

			забезпечення якості продукції		Ділова гра «Обери найкращий шлях реорганізації обслуговування клієнтів»
3	Макроекономіка	Вивчення ринкових механізмів та механізмів макроекономічної політики щодо регулювання економіки, набуття вмінь аналізувати результати функціонування національної економіки та оцінювати ефективність економічної політики держави	1)Ринок праці  2)Економічна динаміка	2	1)Навчання іншомовного ділового листування (написання резюме). Імітаційна рольова гра «Працевлаштування. Співбесіда з працедавцем». «Круглий стіл» зі студентами, які мають досвід праці в Америці за програмою «Work and Travel» 2)Аналіз та коментування невербальних та вербально-зображальних опор (таблиці, схеми, графіки, діаграми) методами «Ротаційні трійки» та «Карусель»
4	Менеджмент	Вивчення складових елементів, етапів, інструментів реалізації та забезпечення	1)Методи обґрунтування	2	1)Ділова гра «Прибуток чи принципи»

		взаємозв'язків функцій управління; процесів прийняття і методів обґрунтування управлінських рішень; набуття вмінь використовувати базові інструменти управління організацією	управлінських рішень 2)Мотивація  3)Лідерство		2)Тестування та оцінювальна дискусія щодо етичності різних методів заохочування 3)Перегляд відео фрагментів з наступною дискусією в стилі телевізійного ток-шоу з теми «Ідеальний керівник». Яким ви його уявляєте?
5	Маркетинг	Вивчення теоретичних понять категорій маркетингу та сучасних тенденцій у цій галузі знань; опанування методологічного апарату організації маркетингової діяльності на підприємствах; набуття здатностей до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової	1)Маркетингова політика продажу  2)Сучасні проблеми маркетингу	2	1)Імітаційно- рольва гра «Розробка та презентація рекламної компанії» зі складанням рейтингу за загальними критеріями 2)Створення списку ідей для обговорення сучасних проблеми маркетингу методом «Коло ідей». Ділова гра «Захисти улюблений



		діяльності			бренд від підробок»
6	Гроші та кредит	З'ясування сутності, функцій та ролі грошей і кредиту; механізму функціонування грошової системи в ринковій економіці; закономірностей функціонування валютного ринку і валютної системи; засвоєння специфіки та практики використання грошово-кредитної політики центрального банку напрямів діяльності банків та небанківських фінансових інститутів.	1)Сутність і функції грошей 2)Комерційні банки	3	1)Брейн- ринг «Історія грошей та грошових систем» 2) Імітаційно- рольова гра «Отримання банківської позики під заставу»
7	Інфо бізнес	Набуття практичних умінь і навичок організації бізнесу в інформаційній сфері економіки, обґрунтування доцільності створення різних організаційних форм інформаційного бізнесу	Планування підприємницької діяльності та презентація фірми,що створюється	3	Розробка та презентація бізнес - плану за методом «Спільний проект» з подальшим обговорюванням та оцінюванням за загальними критеріями
8	Облік у	Вивчення теорії і практики фінансового	Фінансова звітність	4	Складання письмових документів:

## Продовження таблиці 2.11

	зарубіжних країнах	та управлінського обліку в зарубіжних країнах; набуття вмінь використання досягнень у галузі організації обліку аналізу та контролю			фінансовий звіт, бюджет, проводки за вербальними та вербально-зображальними опорами
9	Міжнародні фінанси	Набуття знань стосовно дослідження світового фінансового ринку та його сегментів, використання основних фінансових інструментів; набуття вмінь здійснювати міжнародні розрахунки	Міжнародний ринок похідних цінних паперів	4	Ділова гра «Формування портфелю цінних паперів для компаній та юридичних осіб»
10.	Міжнародний маркетинг	Вивчення сутності форм міжнародного маркетингу, методів дослідження економічного та соціально-культурного середовища маркетингової діяльності; засвоєння методичних засад, проведення міжнародних маркетингових досліджень, сегментації світового ринку та вибору цільових ринків.	1)Моделі виходу фірми на зовнішній ринок  2)Міжнародні маркетингові комунікації	4	1)Ділова гра «Спіймай свій шанс, вийди на зовнішній ринок». Презентація групових проектів, оцінювання за сумісно розробленими критеріями. 2)Ділове листування (написання запиту, акцепти, оферти, замовлення, рекламації, відповіді на рекламацію)

## Продовження таблиці 2.11

			3)Соціально-культурне середовище міжнародного маркетингу		3)Імітаційно-рольова гра «Ділові перемови з іноземними партнерами». Обговорення умов контракту: умови оплати, умови постачання, гарантії. Санкції, форс - мажор
11.	Міжнародна економіка	Вивчення сутності міжнародної економічної системи та зак-тей її розвитку, методів аналізу політико - правового, економічного, соціально-культурного середовища та інфраструктури міжнародної економічної діяльності;набуття знань про регулювання міжнародних економічних відносин, міжнародну валютну систему, методологію міжнародних розрахунків, процеси міжнародної економічної інтеграції	1)Прямі інвестиції та міжнародне виробництво 2)Світовий ринок праці  3)Міжнародна регіональна інтеграція	5	1)Імітаційно-рольова гра «Обрання міжнародним фондом компанії для інвестиції» 2) Імітаційно-рольова гра «Працевлаштування за кордоном». «Круглий стіл»- бесіда «Як підвищити свою конкуренто-спроможність на світовому ринку праці» 3)Ділова гра «Вирішення проблем франц. компанії після її поглинання швейцарським конкурентом»

			4)Європейська економічна інтеграція 5)Глобалізація економічного розвитку		4)Дебати «Мудрий вибір» про можливості вступу України в країни - члени ЄС. 5)Наукова конференція «Глобалізація економіки. Злиття компаній-за і проти»
12.	Бізнес культура	Вивчення принципів теорії спілкування, етичні та соціально-психологічні механізми взаємодії людей в процесі ділових комунікацій, ознайомлення з досягненнями зарубіжних і вітчизняних науковців у галузі ділових комунікацій і механізмів налагодження ефективних контактів, формування знань про етико-психологічні особливості ділового спілкування та вміння практично застосовувати ефективні методи і	1) Становлення культури спілкування особистості 2)Імідж ділової людини, техніки його формування 3)Опанування правил етикету у спілкуванні з іноземними партнерами	5	1) Круглий стіл «Правила бездоганної презентації»  2) Гра-змагання «Ділова атрибутика та правила її використання»  3) Імітаційно- рольова гра «Схід, то є «тонка» справа» (планування зустрічі з китайськими партнерами)

		<p>прийоми під час контактів з діловими партнерами;</p> <p>розкриття сутності і забезпечення засвоєння основних процесуальних правил, методів і прийомів ділової комунікації, культури спілкування та мовленнєвого етикету;</p> <p>набуття вмінь аналізувати конкретні ділові ситуації, розпізнавати типи співрозмовників.</p>	<p>4) Труднощі та бар'єри у діловому спілкуванні, ефективні методи і прийоми під час контактів з діловими партнерами шляхи їх подолання та розв'язання конфліктних ситуацій.</p>	<p>4) Брейн- рінг «Культурні особливості різних націй»</p> <p>5)Рольові етюди :</p> <p>«Привласнювання здобутків чужій праці; уникнення оплати податків; користування авто компанії за особистими справами; працевлаштування персоналу без відповідних документів; зарплатня у «конвертах», підробка лікарняного»</p> <p>б)Імітаційно- рольова гра «Принципи або прибутки ?!»- збори ради директорів фармацевтичної компанії, щодо можливих ускладнень, спричинених виходом на ринок нових пігулок.</p>
--	--	--	--	---

За допомогою питально-відповідних вправ, на кожному занятті проводилась мовленнєва розминка. Але, щоб студенти не “звикли” до запитань, і не ставилися до них формально, ми намагалися змінювати запитання, ставити нові, з часом поступово вводили в коло запитань мотиви стосовно особистості студента, його справ, життя групи, факультету, міжнародних відносин.

Мета вправ I рівня – навчити студентів "реплікування", тобто швидко адекватно реагувати на подану викладачем/диктором репліку, а також продукувати ініціативну репліку. Таким чином формуються уміння ведення керованого діалогу та монологу. I рівень включає умовно-комунікативні, репродуктивні вправи з нерольовим ігровим компонентом, повним керуванням та поданими опорами.

Мета вправ II рівня – навчити студентів самостійно вживати різні види діалогічної єдності. Основний режим роботи – "студент1 - студент2", тобто робота студентів у парах. II рівень включає умовно-комунікативні, рецептивно-репродуктивні вправи нижчого рівня з нерольовим ігровим компонентом, частковим керуванням та поданими опорами..

Мета вправ III рівня – навчити студентів об'єднувати засвоєну ними діалогічну єдність у мікродіалоги згідно з запропонованими їм навчальними ситуаціями. До цієї групи входять комунікативні, рецептивно-продуктивні вправи нижчого рівня з частковим керуванням, та рольовим ігровим компонентом, які допускають використання штучно створених студентами вербальних опор.

Мета IV рівня вправ – навчити студентів розв'язувати поставлену задачу, створюючи власні діалоги різних функціональних типів без зосередження на формі висловлювання. Це комунікативні, рецептивно-продуктивні вправи вищого рівня з мінімальним керуванням, без вербальних опор. Продукт мовлення студентів - діалог певного функціонального типу, що включає принаймні два (рідше три) мікродіалоги. .

Нами були дібрані різні ігрові вправи за ступенем значимості їх на заняттях з іноземних мов професійної спрямованості. Опишемо їх.

1) за функціями: навчальна функція сприяє розвитку загальнонавчальних умінь і навичок, таких як пам'ять, увага, сприйняття інформації різної модальності; розвитку навичок володіння рідною й іноземною мовами; виховна функція моделює поведінку в ігрових моделях, життєві ситуації; навчально-виховна – сприяє оволодінню іноземною мовою, враховуючи аспект виховання; розважальна – створює сприятливу атмосферу на заняттях, перетворюючи заняття на захоплюючу подорож; комунікативна – об'єднує студентів у єдиний колектив, допомагають встановленню емоційних контактів, сприяють формуванню навичок й умінь спілкування; розвивальна – сприяє гармонійному розвитку особистих якостей для активізації резервних можливостей.

2) за психічним впливом: релаксаційні – знімають емоційне напруження, що викликане навантаженням на нервову систему під час навчання; стимулювальні – стимулюють процеси мислення, запам'ятовування, відтворення дійсності (імітаційні); спрямовувальні – спонукають студента до діяльності на занятті;

3) за дидактичною метою мовлення: спрямовані на оволодіння монологічним мовленням, тобто зв'язним безперервним висловлюванням однієї особи, адресованої одному або кільком співрозмовникам; спрямовані на оволодіння діалогічним мовленням, тобто сприяють формуванню процесу розмови двох партнерів, який не планують заздалегідь;

4) за ступенем ведення заняття: ігрові вправи, які використовуються на початковому етапі заняття. Їх метою є введення студента до іншомовної діяльності; ігрові вправи, спрямовані на введення нового матеріалу; ігрові вправи, спрямовані на закріплення нового матеріалу; ігрові вправи, які вимагають вільного використання вже знайомого матеріалу; ігрові вправи для повторення навчального матеріалу;

5) за використанням мовного матеріалу: лексичні – спрямовані на відпрацювання лексичних одиниць, враховуючи їх особливості; фонетичні – спрямовані на оволодіння специфікою вимови звуків англійської мови та інтонацією англійської мови; граматичні – спрямовані на оволодіння граматику англійської мови;

6) з відтворення дійсності: навчальні - основні ігрові вправи під час навчального процесу; передають атмосферу на уроці, покликані спонукати студента до активної роботи на занятті; ділові – проектують майбутню професійну діяльність (менеджера, фінансіста); рольові – спрямовані на добровільне входження в роль і використання реплік, слів, які найкраще характеризують цю роль; ігрові вправи – уявлення – покликані перенести студента в уявний світ, де він матиме змогу за допомогою іноземної мови відобразити свої почуття; творчі – мистецькі ігрові вправи спрямовані на оволодіння специфічною економічною лексику ; ігрові вправи – фантазії – схожі на ігрові вправи – уявлення, допомагають студенту за допомогою іноземної мови закінчити ту ситуацію, яка була запропонована викладачем;

7) пізнавальні ігрові вправи:

ігрові вправи–знайомства – відбувається перша зустріч студента з матеріалом, під час якої від студента не вимагається його використання; ігрові вправи–дотики – відбувається більш глибоке розуміння матеріалу; ігрові вправи–спроби – спроби використати матеріал, пропустити його крізь себе; глибинні ігрові вправи – вимагають володіння й можливості використання основного й допоміжного навчального матеріалу;

8) за способом організації: парні, групові та індивідуальні. Ми використовували всі перелічені типи ігрових вправ, проте перевага надавалась парним та груповим видам роботи, в яких ймовірність виникнення спонтанного діалогічного або монологічного мовлення є найбільш можливою;

9) за віком учасників ігрових вправ: ігрові вправи для першокурсників; ігрові вправи для студентів II -III курсів; для студентів



випускних курсів бакалаврів та магістрів безпосередньо спрямовані на сприйняття серйозного, складного матеріалу[26, с.71].

На семінарі викладачів було представлено програму професійно-орієнтованого навчання студентів технічних ВНЗ іноземної мови і систему розроблених вправ.

Опишемо зміст роботи на кожному етапі експериментальної моделі. На першому – когнитивно-збагачувальному етапі було використано вправи на збагачення професійної лексики, вдосконалення комунікативних умінь з фонетики, граматики, аудіювання. Нами була розроблена експериментальна програма для студентів II курсу (див. табл. 2.12).

Таблиця 2.12

Перший етап дослідно-експериментальної програми використання професійно-орієнтованого навчання студентів II курсу спеціальності міжнародна економіка

Форми проведення	Теми, які вивчаються	Завдання	Роки
Вправи I рівня: урок-імітація	„Покупки”	Навчити студентів «реплікування», швидко реагувати на репліку викладача	2
Вправи II рівня: комунікативно-продуктивні вправи, урок – створення мініатюр	"Ваше ставлення до шопінгу"	Навчити самостійно вживати ініціативні репліки: 1) робота в парах; 2) робота всіх студентів у групі; 3) прийом "карусель"	2
Вправи III рівня: діалоги, заняття-діалог	„Організація ділової подорожі"	Навчити студентів створювати діалоги, користуючись картками із завданнями	2
Вправи IV рівня: (три мікродіалога на групу учнів)	Туристична агенція "Супутник"	Навчити студентів створювати власні діалоги на основі рекл. листівок або оголошень	2

## Вправи I рівня

Мета вправ I рівня (додаток В ) – навчити студентів "реплікування", тобто швидко адекватно реагувати на подану викладачем/диктором репліку, а також продукувати ініціативну репліку. I рівень включав некомунікативні або умовно-комунікативні, рецептивно-репродуктивні або репродуктивні невмотивовані вправи з повним керуванням – на імітацію, підстановку, трансформацію, відповіді на запитання, повідомлення або запит певної інформації, спонукання до певних дій тощо. Типові режими роботи викладача та студентів у процесі виконання вправ цього рівня: викладач-група/група-викладач; викладач-студент1, викладач-студент2; студент1-викладач, студент2- викладач і т.п. Опишемо систему вправ, яка використовувалась на I етапі зі студентами II курсу.

### Вправа 1.1.

Мета: формування мовленнєвих умінь та мовних навичок, а саме, лексичних за темою «Покупки» і граматичних за темою «Герундій та інфінітив».

Викладач пояснює англійською мовою: «Магазини, покупки – це невід’ємна частина нашого життя. Для багатьох людей покупки – рутинний обов’язок, частина домашньої праці. Для інших – розвага та відпочинок, який дає змогу розслабитись після роботи. Особисто я не дуже не люблю здійснювати покупки. Як ви до цього ставитеся? У своїх відповідях використовуйте надані на дошці моделі з герундієм».

S<sub>1</sub>. Абсолютно з вами згоден. Відвідування магазинів зазвичай зводить мене з розуму.

T. Чи ти погоджуєшся з ним? Що є здійснення покупок для тебе?

S<sub>2</sub>. Шопінг це фантастика! Що може бути краще ніж мати купу готівки, декілька банківських карток.

### Вправа 1.2

Мета: формування мовних граматичних навичок за темою «Об’єктний та суб’єктний з інфінітивом» .

Процедура виконання:

Викладач пояснює англійською мовою: «Подивіться на зображення натовпів у супермаркетах перед Різдом та, користуючись граматичними моделями у картках, розкажіть, як ви ставитесь до процесу покупок. Уявіть собі, що покупки – не тільки економічна частина нашого життя, а й психологічна. Деякі споживачі попадають в залежність від отримання нових речей. Для них це - справжній наркотик. Відверто кажучи, я навіть трохи хвилююся, купуючи щось нове».

S<sub>1</sub>. Я теж вважаю процес покупок нудним, проте необхідним. Він не приносить мені навіть миттєвої насолоди.

S<sub>2</sub>. Не змушуй мене розкривати твою таємницю! Я бачив як палали твої очі, коли ми купували нову сорочку!

S<sub>3</sub>. Ми всі покупці і нові речі роблять нас щасливішими. Схоже, що шопінг- одне з найулюбленіших занять сучасної молоді.

У вправі 1.2 репліки студентів теж реактивні, але викладач не задавав запитання. Тема – цікава для всіх, лексика вже засвоєна і студенти охоче спілкуються в режимі «викладач – студент 1 – студент 2- студент 3» і т.п.

Вправа 1.3

Мета: формування мовних навичок, а саме, лексичних за темою «Покупки» і граматичних за темою «Модальні дієслова у їх другому значенні» та розвиток говоріння в діалогічній формі.

Процедура виконання:

Викладач пояснює англійською мовою: «Ви готуєте статтю про проблему 21-го сторіччя та намагаєтесь з'ясувати, чому саме люди становляться «шопоголіками». Що, на вашу думку, змушує людей безглуздо витратити гроші? Не забувайте застосовувати модальні дієслова в їх другому значенні у своїх відповідях».

S<sub>1</sub>. Люди, імовірно, вірять, що, купуючи щось нове, вони роблять своє життя щасливішим і більш насиченим.

S<sub>2</sub>. Я підтримую твою точку зору. Люди можуть наповнювати своє життя «речами», тому що вони не усвідомлюють своїх негараздів.

S<sub>3</sub>. Не може бути, щоб ви серйозно це обговорювали. «Шопоголізм» - це міф. Вам слід було обрати іншу тему для статті.

У вправах викладач використовував зображення сучасних супермаркетів, рекламні оголошення, кредитні картки, та інші опори. Вправи 1.1 і 1.2 – найпростіша імітація. Репліки студентів – реактивні; використовуються в режимі «викладач – студент 1», «викладач – студент 2» і т.п. Можливі режими викладач – група або фонограма – група. Вправа 1.3 – на самостійне вживання мовленнєвого зразка, репліки студентів – ініціативні. Вправа 1.4

Мета : ознайомлення з лексикою, пов'язаною із особистими якостями керівника, кандидата на посаду менеджера проекту.

Процедура виконання:

1 етап. «Мозкова атака». Викладач питає у студентів, які риси необхідні успішному керівникові та записує на дошці у стовпчики. Якщо деякі якості не названі, задається навідне питання.

### **Приблизний перелік якостей та навичок якими має володіти менеджер**

Креативність	Лояльність
Ефективність	Гнучкість
Відповідальність	Привабливість
Витривалість	Доступність
Проникливість	Рішучість
Енергія	Інтелігентність
Товариськість	Порядність
Методичність	Чесність

Об'єднавшись в 4 групи, студенти розташували особисті якості за ступінню їх важливості для керівника. Кожна група готувала свій список.

2 етап. Усі групи отримують тексти оголошення. Щоб прочитати текст, необхідно виконати лексичну вправу на складання словосполучень з

наступною підстановкою в наданий текст . Студенти самостійно по групах робили лексичну вправу та читали оголошення. Функція викладача – корегуючи.

Створити словосполучення.

- |                   |                   |
|-------------------|-------------------|
| 1. координувати   | a) діяльність     |
| 2. спілкуватись   | b) продуктивність |
| 3. вести справи з | c) співробітники  |
| 4. делегувати     | d) стратегії      |
| 5. розвивати      | e) завдання       |
| 6. розробити      | f) інформація     |
| 7. вимірювати     | g) привабливість  |
| 8. встановити     | h) цілі           |
| 9. виконувати     | i) закони         |
| 10. прогнозувати  | j) криза          |
| 11. приймати      | k) рішення        |

### **Головний менеджер косметичної компанії Жозефіна**

Світовий лідер в секторі здоров'я та краси «Жозефіна» - це міжнародна компанія з оборотом більше 5 млрд фунтів стерлінгів. Косметичний гігант шукає управляючого менеджера визначного масштабу.

Обов'язки :

Успішний менеджер повинен буде:

- Встановити ... і повідомляти про них ясно для персоналу.
- Розробити... які збільшать прибутковість і частку ринку
- Прийняти.... на найвищому рівні , що стосується

короткострокових і довгострокових заходів групи

- Точно... продуктивність окремих осіб і відомств
- Видавати.... які інколи можуть бути непопулярними.

Людина, яку ми шукаємо, це:

- Сильна, харизматична, що може....співробітників його/її бачення

- Добре організована, яка може координувати... цілої групи ефективно

- Спокійна, коли... кризи
- Може... завдання іншим, коли це необхідно
- Може спілкуватись... і чітко на всіх рівнях компанії.

3 етап. Студенти підвели підсумки та вказали, які саме якості, вивчені на першому етапі, потрібні керівникові «Жозефіни».

Загальна мета вправ II рівня (додаток В) – навчити студентів самостійно вживати різні види діалогічної єдності. До II рівня включаються умовно-комунікативні, рецептивно-продуктивні, вмотивовані виправи на обмін репліками. Основний режим роботи – " студент1 - студент2 ", тобто робота студентів у парах. Тут необхідно зробити два попередніх зауваження: 1) кожному з пари студентів потрібно давати можливість вживати як реактивну, так і, обов'язково, ініціативну репліку; 2) роботу а парах слід інтенсифікувати за рахунок одночасної роботи всіх студентів на місцях та в русі, використовуючи такі прийоми, як "карусель".

#### Вправа 2.1

Мета: формування мовленнєвих умінь за темою «Покупки» і граматичних навичок за темою «I тип умовних речень» ; розвиток говоріння в діалогічній формі.

Процедура виконання:

Викладач пояснює англійською мовою: «Треба провести експрес – опитування, щоб з'ясувати, чи є серед нас схильні до «шопоголізму». Є бажуючі? Починайте анкетування».

S<sub>1</sub>. Ти здійснюєш покупки, якщо маєш необхідність в чомусь?

S<sub>2</sub>. Так. Я не схильна до незапланованих покупок навіть, якщо маю «вільні» гроші.

S<sub>3</sub>. Навпаки, я можу витратити гроші на непотрібну річ, якщо хочу підняти настрій, а потім відчуваю сором.

Наприкінці експрес-опитування викладач назначає експертів, що повинні підрахувати результати та зробити висновки про відношення одногрупників до грошей.

## Вправа 2.2

Мета: розвиток мовленнєвих умінь і навичок говоріння в монологічній/діалогічній формах за темою «Реклама. Маркетинг».

### Процедура виконання:

1 етап. Викладач пояснює англійською мовою: «Якщо відношення до грошей співпадає, запропонуйте ходити за покупками разом. Якщо ні, порадьте однокурсникові, як йому треба заощаджувати».

#### Варіант 1

#### Варіант 2

<p>S<sub>1</sub>. Ти і я зазвичай знаємо, скільки ми зараз маємо грошей у розпорядженні і ніколи не витрачаємо гроші на непотрібні речі, давай-но здійснювати покупки разом</p> <p>S<sub>2</sub>. Із задоволенням. Але спочатку потрібно написати перелік необхідних речей.</p>	<p>S<sub>1</sub>. Ти завжди повинен розплачуватися готівкою, коли купуєш що-небудь, якщо ти використовуєш кредитну картку- дуже легко втратити контроль.</p> <p>S<sub>2</sub>. Ти не помиляєшся. Використання кредитної картки дає ілюзію, що гроші не були витрачені</p>
---	---

2 етап. Викладач пояснює англійською мовою: «Використовуючи картинки, на яких зображені крамниці та супермаркети, з'ясуйте, якими засобами їх менеджери та логістики намагаються вилучити якомога більше грошей у покупців».

S<sub>1</sub>. Подивіться на ціни у вітрині магазину. Остання цифра - 9. Чи не вважаєш ти це певним фокусом?

S<sub>2</sub>. Так, це дійсно є певний трюк. Магазины дуже часто пишуть ціну 99 гривень для ілюзії того, що ми витрачаємо менше, ніж фунт.

S<sub>3</sub>. А я не можу пройти мимо надписів «Акція», «Розпродаж».

3 етап. Викладач пропонує скласти діалоги за картками, заповнюючи пропуски лексичними пропусками за особистим бажанням.

S<sub>1</sub>. Я хотів придбати цей....

S<sub>2</sub>. Чи ви впевнені в тому, що цей ... вам пасує?

S<sub>3</sub>. Цей ... робить вас стрункішими...

S<sub>1</sub>. Чи не буде....втрачати свою форму через ...?

S<sub>2</sub>. Що ви скажете з приводу цього... . Він виглядає ...

S<sub>1</sub>. Я не відчуваю ... в цій ... чи не могли б ви ...

S<sub>3</sub>. Зверніть увагу на цей ... дійсно вигідна покупка.

S<sub>1</sub>. Проте чи не буде воно зсідатися після ...

S<sub>3</sub>. Ми вже продали безліч їх і не мали жодної ...

S<sub>2</sub>. Чудовий вибір, Ви будете носити його...

S<sub>3</sub>. Це ваш ... шановний. Здійсніть оплату в ... дякуємо вам.

Мета вправ III групи (додаток В ) – навчити студентів об'єднувати засвоєну ними діалогічну єдність у мікродіалоги згідно з запропонованими їм навчальними комунікативними ситуаціями. До III групи входять вмотивовані, комунікативні рецептивно-продуктивні вправи нижчого рівня. Їм властиві наявність мовленнєвого завдання, ситуативної спрямованості фраз, заданість мовленнєвої діяльності, наявність опор.

### Вправа 3.1. ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЛОВОЇ ПОДОРОЖІ

(діалог-гра)

Мета: розвиток мовленнєвих умінь (говоріння в монологічній/діалогічній формах за темою «Ділові перемови», аналітичного читання).

Процедура виконання:

Діалогічне мовлення відбувалося у три етапи. На кожному етапі студенти отримували картку з новою інформацією.

1 етап: Викладач пояснює англійською мовою: «Менеджер англійської компанії «Фортуна» домовляється про ділову поїздку 10 співробітників до семінару–тренінгу в Лугано (Швейцарія). Він телефонує до туристичного



агентства з проханням запропонувати два готелі в Лугано для розміщення колег. Голові турагентства «Універсал» треба з'ясувати деякі деталі.»

Половина студентів отримала роль менеджера «Фортуна», друга половина – роль голови «Універсалу». Кожному студенту надавалася картка, відповідно його ролі та 2 хвилини на сприйняття інформації. Працюючи в парах, представники «Універсалу» отримували необхідну інформацію у менеджерів

Менеджер «Фортуни»(перша картка)

Кількість учасників	10(6 чоловіків,4 жінки)
Вік	25-48
Прибуття	Реєстрація: 17.00,п'ятниця,12 Листопада
Від'їзд	Ймовірно увечері в неділю
Тип готелю	4 або 5 зірок
Необхідне облаштування	кодоскоп, відеопроєктор, DVD
Прийом їжі	П'ятниця:вечеря. Субота: завтрак, обід, вечеря. Неділя:завтрак,обід.
Особисті забаганки	2 учасника є строгими вегетаріанцями 4 не п'ють алкогольних напоїв 6 – курці.

Голова туристичної фірми «Універсал»(перша картка)

-	вам необхідна наступна інформація:
-	учасники: чоловіки? Жінки?
-	Вік?
-	Національність закордонних учасників
-	Спеціальні відмітки? Наприклад, чи вони курять?
-	Дати прибуття, вибуття?
-	Який тип готелю вони хочуть мати?

- |  |
|--|
| - Чи потрібне спеціальне облаштування? |
| - Страви: Коли? Скільки?               |

2 етап: Викладач пояснює англійською мовою: «Менеджер «Фортуни» отримує факс від голови турфірми про необхідність особистої зустрічі та пропонує середу, другого серпня.»

Ролі зберігалися за студентами. Вони отримали наступні картки з інформацією про розклад на тиждень, згідно яким у другому діалозі їм потрібно по телефону домовитися про ділову зустріч.

Менеджер «Фортуни» (друга картка)

	Ранок	після обіду
Понеділок	день обговорення бюджету департаменту	
Вівторок	ділова зустріч з приводу лізингу	Вільний час
Середа	день тренінгу	
Четвер	опитування кандидатів до 16.00	
П'ятниця	зустріч відділу до 14.30	

Голова туристичної фірми «Універсал» (друга картка)

	Ранок	після обіду
Понеділок	день відвідування конференц – центру	
Вівторок	вільний час	відвідування експозиції о 15.00
Середа	Вільний час після 10.30	Вільний час
Четвер	представлення закордонним відвідувачам цілий день(включаючи вечір)	
П'ятниця	презентація правлінню	вільний час після 15.00

Для ділової зустрічі одному з партнерів необхідно буде змінити щось у своєму розкладі.

3 етап: Викладач пояснює англійською мовою: «Під час переговорів менеджеру «Фортуни» необхідно зробити вибір – максимум комфорту за мінімум грошей. Також важливо, щоб учасники тренінгу отримали задоволення, трохи відпочили та краще познайомились один з одним. Мета голови турагентства – отримати якомога вищий прибуток»

Менеджер «Фортуни»(третя картка)

Ви матимете змогу обрати собі готель після подальших переговорів. Ви бажаєте вигідне співвідношення ціни і якості, і зараз дуже важливо, щоб керівництво сподобалось один одному і вони знайшли спільну мову. Також, приятель дуже рекомендував готель Дорфман за його вигідне розташування. Ви розраховуєте на те, що семінар закінчиться о 17 годині у суботу і учасники, напевне, відлетять додому цього ж вечора. Проте, якщо є необхідність, вони можуть відбути вранці у понеділок.

Вам потрібна інформація, яка б містила:

- Облаштування кожного готелю
- Що саме входить до ціни, яку ви назвали
- Коли та яким чином може бути здійснена передплата
- Деталі щодо розташування готелів
- Транспорт до аеропорту
- Вподобання в їжі
- Послуги секретаря та інші допоміжні послуги, наприклад, послуги перекладача

Голова туристичної фірми «Універсал» (третя картка)

Готель Монарх	Готель Дорфман
Розташований в центрі міста, біля головного ресторану, будинку Опери і магазинів, готель 18 сторіччя.	Розташований у 30 км від Вієни, милий пейзаж, ліс, озеро. Сучасний готель(2001)
Транспорт готелю «шатлові» машини.	Машини класу люкс.

Обладнаний оздоровчий клуб, тренувальна зала, басейн, сауна, магазин, відкритий для відвідувачів інших готелів.	Обладнаний оздоровчий клуб, басейн, сауна, бігові доріжки крізь ліс.
Передбачає приготування їжі.	Домашня кухня.
Оплата :до 31 Грудня.	Оплата: до або ж безпосередньо 12 Листопада:10 % дисконт
Вибуття :у понеділок.	Вибуття: в Суботу увечері.
Послуги секретаря,перекладача-40 \$ на годину.	Безкоштовні послуги секретаря, перекладача.

Мета IV рівня вправ (додаток В) – навчити студентів створювати власні діалоги різних функціональних типів (аналітичні, критичні, дискусійні) на основі запропонованого їм рекламного листка , карток з завданням або оголошення. Вправи цього рівня – вмотивовані, комунікативні, рецептивно-продуктивні вищого рівня з мінімальним керуванням. Продукт мовлення студентів - діалог певного функціонального типу, що включає принаймні два (рідше три) мікродіалоги. Продукт мовлення студентів - діалог певного функціонального типу, що включає принаймні два (рідше три) мікродіалоги.

#### Вправа 4.1

Мета: розвиток мовленнєвих умінь (говоріння в діалогічній формі за темою «Реклама», аналітичного читання).

Процедура виконання:

Викладач пояснює англійською мовою: «Ви – представник Британської рекламної компанії в Україні. Ваша мета – заснувати рекламне агентство – філію. Вам потрібні агенти для продажу рекламного простору, менеджери та бренд – менеджери. Звісно, що в рекламі можуть працювати і працюють люди різноманітних спеціальностей. Під час співбесіди з претендентами вам потрібно відповісти на їх питання «Що таке реклама?», «Які три головні мети

реклами?», «Які саме обов'язки містить робота в сфері реклами?», «Чи дає реклама перспективи швидкого службового зростання?»

Вправа виконувалась в режимі одночасної роботи студентів в групах по три, з використанням прийому «натовп» або прийому «навчаючи – учусь». Єдина опора, що надавалась, інформаційний листок – об'ява про вакансії у рекламному агентстві.

#### Вправа 4.2

Мета: розвиток мовленнєвих умінь та навичок аналітичного читання і говоріння в діалогічній та монологічній формах за темою «Реклама»

#### Процедура виконання:

Викладач заздалегідь дав завдання знайти цікаву рекламу у газеті або журналі та принести її в аудиторію. Під час заняття студент мав довести опонентові, що його реклама справді цікава та неординарна. Студенти працювали в парах, по черзі захищаючи рекламу, що обрали. Потрібно було чітко аргументувати свій вибір та переконати інших у своїй правоті, виходячи з головних правил реклами. Наведемо один з можливих варіантів діалогу, який було створено за рекламою БАДу для зміцнення кісток:

#### Реклама:

Не тільки професійні працівники повинні піклуватися про здоровий стан кісток. Незалежно від того, скільки тобі років, кісткам необхідний надійний фундамент на майбутнє. Як товар, який має найбільші продажі в Британії, Остеокар надає повний комплекс кальцію, магнію, вітаміну В + цинк для здорових кісток.

S<sub>1</sub>. Цей Остеокар захопив мене перш за все своїм кольором. Я маю на увазі упаковку з таблетками і картинку з балериною, які є блакитно-білими.

S<sub>2</sub>. (опонент) Так, певною мірою, проте як щодо гасла? При перегляді я прочитав: «Підтримка. Баланс. Міцність» і побачив зображення артистів

балету, які були граціозні, як лебеді. Не було б цього, я б міг зробити припущення, що ці таблетки, зроблені тільки для танцюристів.

S<sub>1</sub>. Я не можу погодитися з цим. Заголовок «Тому що для них найважливішим є здоров'я кісток» кидається в очі. Це дає можливість покупцеві прочитати всю інформацію, і переконує його у своїй надійності.

S<sub>2</sub>. Ви жартуєте! Що в цьому оголошенні, яке має метою створити перевагу і стимулювати мислення і дії покупця, відрізняє його від сотні аналогічних?

S<sub>1</sub>. На мій погляд, перша фраза: «Не тільки професійні працівники повинні піклуватися про здоровий стан своїх кісток» і остання «Ваші кістки цього заслуговують» спонукають покупців до дії.

S<sub>2</sub>. У ніякому разі. Я не можу прийняти вашу точку зору. Якби я був копірайтером і повинен був створити цю рекламу, то обрав би зовсім інші ілюстрації. Можливо, деякі смішні комікси з падаючими людьми на слизькій дорозі, які залишаються неушкодженими... Але я визнаю, що гаслом, заголовком і залучаючою фразою реклами ви справді демонструєте неабиякі творчі здібності свого копірайтеру.

#### Вправа 4.3

Мета: формування мовленнєвих умінь (аудіювання, говоріння в монологічній/діалогічній формах);

Процедура виконання:

Викладач пояснює англійською мовою: «Ми продовжуємо тему «Реклама. Види реклами». Зараз ви будете працювати в парах, готуючи діалог, який прозвучить по радіо з метою дати рекламу послуги. Будь ласка, по черзі отримайте картки з завданнями. Увага, треба не тільки проінформувати співбесідника про нову послугу, а і переконливо довести, що користуючись цим сервісом ви значно покращите своє життя.» Очікувався діалог з елементами переконання. Наведено приклад однієї з карток із завданням:

### *Картка 1*

*Подумайте про рекламу на радіо у формі діалогу, яка б змусила людей приходити до приватних англійських шкіл. Перший співрозмовник надає інформацію (ціни, розміщення, кращі вчителя, сучасне обладнання, позитивна творча атмосфера) та має переконати другого почати вивчати мову. Інший співрозмовник - нерішучий, тому що попередній досвід вивчення іноземної мови був жахливий (самі читання та переклади, повна відсутність спілкування, живої мови) та не дав жодних результатів. Навпаки, виник мовний бар'єр. Нарешті, перший співрозмовник спмагається переконати другого спробувати подолати мовний бар'єр, зробити перший внесок та приєднатися до інших слухачів школи.*

Усі завдання до вправ, картки, рекламні листівки, звичайно, давалися відповідною іноземною мовою.

Приведені у додатку В діалоги відбувалися протягом 5-10 хв., далі 5 хв. на схвалення та корегування помилок. Робився акцент або на швидкому мовленні так, щоб комунікація була якомога більш спонтанною, або на правильності мовлення, вимагаючи від студентів дуже акуратно формулювати свою думку. Діалоги демонструвались по черзі парами перед рештою студентів або всіма парами водночас. Тоді викладач пересувався між студентів, прислухаючись. В останньому випадку після закінчення викладач привертав увагу аудиторії до двох або трьох проблем, які мали місце у більше ніж одній парі, і вже потім окрема пара демонструвала свій діалог групі з урахуванням зауважень викладача. Діалог-гра проходив значно цікавіше, якщо на різних етапах партнери змінювались. Студенти з високим рівнем знань допомагали менш обізнаним товаришам перекладати та обговорювати завдання, подане в картках, що сприяло створенню партнерської атмосфери.

На другому – комунікативно-діяльнісному етапі ми використовували вправи по розвитку вмінь будувати професійно спрямовані тематичні діалоги, полілоги, вести дискусії та дебати на загальноекономічні теми,

готувати «круглі столи» та «ток-шоу». Для студентів III курсу ми запропонували програму, подану англійською мовою у додатку Д.

Зміст другого етапу дослідно-експериментальної програми використання професійно-орієнтованого навчання на III курсі спеціальності міжнародна економіка з теми «Гроші. Накопичення капіталу. Інвестування» подаємо в табл. 2.13

Таблиця 2.13

№	Тема заняття	Форма проведення	Завдання
1	Хто робить великі гроші? Що гроші роблять з людьми?	Заняття – круглий стіл	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. За два тижні студенти отримали завдання: підготувати повідомлення про одного з найбагатших людей світу: Білл Гейтс, султан Брунею, Роман Абрамович тощо.</li> <li>2. За круглим столом вирішувались проблеми: у яких країнах, галузях промисловості та яким чином виникають мільярдні статки.</li> <li>3. Після промови доповідачі задавали питання один одному.</li> <li>4. Вироблялися рішення з урахуванням точки зору усіх учасників.</li> </ol>
2	Ваше ставлення до грошей	Заняття-психологічний тест	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Студенти отримали готовий тест та обмінювались відповідями.</li> <li>2. Партнери коментували відповіді один одного.</li> <li>3. Студенти розробили та запропонували додаткові питання і, таким чином, розширили змістовність тесту.</li> <li>4. Після прослуховування аудіо фрагменту проводилася граматична гра на другий тип умовних речень „Хто хоче стати мільйонером”.</li> </ol>



3	Історія грошей, їх головні функції	Заняття - диспут	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Студенти визначили речі, які виконували колись функції грошей (слова подані у анаграмах).</li> <li>2. Висловлювали думку, чи потрібна буде готівка у майбутньому.</li> <li>3. Висувають аргументи та контраргументи.</li> <li>4. Кросворд - використовуючи активну лексику, дайте визначення словам.</li> </ol>
4	Види цінних паперів, фондова біржа	Заняття – вікторина	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Методом сканування студенти прочитали текст про види цінних паперів.</li> <li>2. Об'єднались у дві команди.</li> <li>3. Перша команда позначала абзаци цифрами і вигадувала питання-загадку до кожного абзацу. Питання задавались не по черзі.</li> <li>4. Друга команда давала відповідь на питання і вказувала номер абзацу.</li> </ol>
5	Заощадження грошей. Накопичення капіталу	Ділова гра	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. За тиждень мікрогрупи отримали завдання: вирішити, який портфель цінних паперів може придбати компанія на 20000 фунтів.</li> <li>2. Кожна група аргументовано відповідала, вживаючи наочність (схеми, діаграми).</li> <li>3. Разом вирішили, чий варіант кращий.</li> </ol>
6	Інвестування в нову компанію	Ділова гра	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Викладач запропонував різноманітні проекти нових компаній.</li> <li>2. „Підприємці” приготували бізнес-план, а „інвестори ” оцінили ризики.</li> <li>3. Демонструвались презентації проектів.</li> <li>4. Експерти пояснювали свій вибір.</li> </ol>

Опишемо вправи та ділові ігри, що були використані на другому етапі.

Подаємо фрагмент 1.

Варіанти мовленнєвої зарядки з теми «Гроші»

Мета: на підготовчому етапі активізувати загальні лексичні знання за темою «Гроші».

Процедура виконання:

Варіант 1. Викладач розподіляв групу на підгрупи по 3-4 студента і давав їм завдання, за 2 хв. написати якомога більше слів, що стосуються грошей (кредит, готівка, валюта). По закінченню часу списки збирались, лічильна комісія рахувала слова та визначала переможця. Викладач робив наголос на словах, що зустрілись в усіх списках і на тих, що прийшли на думку тільки одній команді.

Варіант 2. Викладач пропонував студентам назвати країни, де користуються такими валютами: йена, драхма, фунт, юань, рубль, форінт, ренд, вон.

Варіант 3. Студенти давали відповідь на запитання викладача, у яких країнах користуються найбільш розповсюдженими в світі валютами (долар та євро).

Варіант 4. Студентам, пояснювали, що вивчаючи тему «Гроші», їм необхідно познайомитись з дієсловами, які асоціюються з фінансами. Після чого вони об'єднувались в групи по 3-4 та отримували картки з дієсловами: заощадити, заборгувати, ліквідувати заборгованість, зменшувати, покращувати, знижуватися, розоритися, стабілізуватися, втратити, забагатіти, збанкрутувати. Кожній групі пропонувалось розкласти картки та червоному та чорному аркуші паперу. Цікаво, що майже в усіх червоний асоціювався з прибутком, а чорний колір – з заборгованістю. Отже, студентам пояснювалось, що, навпаки, «в червоному» (in the red)- це заборгованість і на червоному аркуші повинні лежати картки з дієсловами, що стосується зменшення капіталу, а ідіома «в чорному» (in the black) - означає «одержувати прибуток, не мати боргів» і на чорний аркуш студенти мали

покласти відповідні дієслова, що асоціювались з накопиченням. Оскільки виникало питання, щодо етимології цих ідіом, студентам пояснювалось, що у 19-му сторіччі у фінансових звітах дебет заповнювався чорним, а кредит – червоним кольором.

Далі студентам пропонувалось розкласти картки з прислівниками, які часто визначають «чорні» та «червоні» дієслова: дуже, небагато, істотно, важливо, швидше, стрімко, значно, різко, поступово, надзвичайно, швидко за збільшенням (маленькі, повільні, великі, дуже великі та швидкі зміни).

Варіант 5. На дошці закріплювались карикатурні портрети містера Needy (жебрак) та містера Wealthy (багатий). Кожен студент отримував словосполучення, що стосувалось теми «Гроші». За допомогою словника студенти з'ясовували їх значення та якомога скоріше кнопками прикріплювали картки на дошці під відповідним портретом. До кожного слова потрібно було знайти антонім та розмістити їх парами. За правильну закріплену картку студенти отримували одну фішку, а за антонім – дві. Наприкінці визначались переможці.

Перший набір карток	Другий набір карток
1. хвилюватися через кожну копійку	a) заощаджувати
2. витрачати	b) злидні
3. розкоші	c) марнотратець
4. скнара	d) заможний
5. знаходитись у скрутному становищі	e) жити в розкошах
6. купатися в золоті	f) знімати гроші з рахунку
7. вносити гроші на рахунок	g) бути на межі банкрутства
8. не мати боргів, мати додатній баланс	h) борг
9. позика	i) перевищення кредитного ліміту
10. дохід	j) скупий
11. звести кінці з кінцями	k) збиток

12. розкішний	l) мільйонер
13. прибуток	m) мати прибуткову торгівлю
14. жебрак	n) витрати
15. готівка	o) кредитна картка

Подаємо другий фрагмент.

Психологічний тест «Ваше ставлення до грошей».

Мета: розвивати навички спілкування за темою, критичне мислення, вміння переконувати й вести дискусію англійською мовою.

Процедура виконання:

1 етап.

Студенти, кожен окремо, виконували тест. Надавалось 2-3 хв.

	Так	Ні
1. Ви завжди знаєте, скільки готівки ви маєте з собою?		
2. Чи відчуваєте ви себе винуватими, коли ви витратили багато грошей?		
3. Ви часто берете в борг гроші?		
4. Чи економите ви гроші регулярно?		
5. Ви завжди перевіряєте здачу і ресторанны рахунки?		
6. Чи віддаєте ви гроші жебракам?		
7. Чи вважаєте ви, що люди, які ухиляються від сплати податків здійснюють серйозний злочин?		
8. Чи приховуєте ви те, що ви купили від батьків?		
9. Чи будете ви нагадувати особі, яка має борг перед вами про її/ його зобов'язання?		
10. Чи ходите ви по крамницям тільки тоді, коли вам необхідно щось купувати?		

2 етап.

Студенти, працюючи по двоє, задавали та відповідали на питання тесту. Кожна відповідь коментувалась партнером. Викладач пересувався між парами та здійснював загальний моніторинг.

3 етап.

Працюючи в тих же парах, студенти розробляли та записували додаткові питання тесту. Викладач коригував та допомагав.

4 етап.

За принципом каруселі студенти задавали своє питання якомога більшій кількості однокласників (не більше 3-4 хвилин) та по черзі студенти аналізували отримані відповіді. Потім коментували нові розроблені питання та обирають три найкращих. Коли виникала дискусія, щодо валідності цього тесту, викладач охоче підтримував її, але нагадував про необхідність аргументів.

Опишемо зміст ділової гри «Грошове лото».

Мета: закріпити лексику економічної спрямованості з теми «Гроші».

В цій грі використовувались картки двох кольорів або набрані двома різними шрифтами.

Хід гри:

Уся група сідала кругом великого столу, кожен гравець отримував 2 набори карток (один – з термінами, а другий – з дефініціями) (див. табл. 2.14). Перший гравець клав на стіл картку і голосно називав термін. Той, хто найшвидше знаходив дефініцію накривав картку з терміном картокою з відповідним визначенням і отримував право оголосити наступний термін. Переміг той, у кого наприкінці залишилось найменше карток – термінів.

Таблиця 2.14

Набір карток для студентів.

Перший набір карток	Другий набір карток
1. Заробітна плата	Фіксована сума, яка виплачується зазвичай щомісяця працівникам вищого рангу.

## Продовження таблиці 2.14

2. позика	Сума грошей, яку ви позичаєте.
3. борг	Сума грошових коштів, яку заборгували.
4. готівка	Гроші у вигляді монет і купюр, не чеків.
5. гонорар	Сума грошей, яку ви отримаєте зазвичай щотижня в обмін на працю або послуги
6. іпотека	Гроші, сплачені працівникам винаходи нових приладів, знарядь, нововведень, ноу-хау.
7. бонус	Сума грошей, яку використовують з метою збільшення підприємцями прибутку.
8. комісійні	Гроші, які будівельна компанія або банк надає комусь для купівлі будинку.
9. депозит	Гроші, які людина вносить у страхову компанію, з метою захистити себе від втрат або пошкодження свого майна.
10. дивіденд	Гроші від родича, що залишились після його смерті.
11. капіталовкладення	Додаткова плата у вигляді нагороди працівникам компанії за додаткову, понад нормовану роботу.
12. аліменти	Сума грошей, запозичених у банку, і яка знаходиться на вашому рахунку.
13. зарплатня	Гроші, отримані від когось, за її або його добровільним бажанням.
14. вексель	Сума грошей, що надходить до акціонерів.
15. відсоток	Кошти, сплачені розлученим батьком своїй колишній дружині на утримання їхніх дітей.
16. митний збір	Кошти, сплачені розлученою людиною, щоб підтримати колишнього чоловіка або дружину.
17. субсидія, дотація	Митний податок на імпортовані товари.

## Продовження таблиці 2.14

18. спадок	Виплачується в ресторані після отримання замовлення .
19. внесок	Додатковий відсоток, який виплачується за використання кредиту.
20. перевищення кредиту в банку	Гроші, сплачені за професійні послуги, наприклад, за візит до доктора.
21. премія	Частина вартостей компанії, яку ви можете придбати.
22. роялті	Часткова оплата грошима, які ви здійснюєте з метою зупинити продавця від продажу своїх товарів іншим покупцям.
23. пай, пакет акцій	Кількість грошей, пов'язаних з вартістю проданих товарів, і яка виплачується продавцю за його послуги
24. застава	Гроші, сплачені державою, зазвичай студентам.
25. пенсія	Гроші, що сплачуються компанією або державою з приводу виходу на пенсію
26. штраф	Виплачується в якості покарання за порушення закону
27. податки	Орендна плата уряду за право користування надрами.
28. плата за користування громадським транспортом	Виплачується під час подорожі, особливо в громадському транспорті, автобусах, поїздах і т.д.

Подаємо зміст ділової гри: «Інвестування в економіку України». Мета: розвиток комунікативних вмінь за темами «Інвестування капіталу» та «Складання бізнес-плану». Розширення обсягу економічної лексики. Формування понять про ключові позиції презентації нового товару або

послуги. Розвиток професійних аналітичних та прогностичних навичок майбутнього економіста.

Хід гри:

Викладач пояснює англійською мовою: компанія Східноєвропейські Інвестиції (СЄІ), штаб-квартира якої знаходиться в Празі, дає стартовий капітал невеличким молодим фірмам та товариствам для розвитку їх бізнесу. СЄІ – належить магнатам сфери фінансових послуг різних національностей. Зараз їх увага зосереджена на Україні, де, на їх думку, існують безкраї можливості для інвестицій. Володарі СЄІ готові ризикувати, підтримуючи цікаві та неординарні проекти. В кожному проекті вони мають долю, або пакет акцій. Саме зараз Рада директорів СЄІ розглядає декілька пропозицій, щоб інвестувати 5 млн. Є декілька проектів.

Підготовчий етап

У групі з 13-15 студентів обирались 4-5 експертів. Решта готувала індивідуальні, або парні проекти. На дошці – ключові позиції, за якими підприємці готують, а експертна комісія оцінює презентацію.

Ключові моменти для презентацій
---------------------------------

1. Компанія
-------------

Опис компанії -
-----------------

Що вона робить? Хто є потенційним споживачем?
---

Короткі відомості про команду (вік, освіта, досвід роботи і т.д.)
---

2. Продукт чи послуга
-----------------------

Короткий опис:
----------------

Які переваги продукту або послуги?
------------------------------------

Який сегмент ринку охоплює?
-----------------------------

Які має унікальні властивості?
--------------------------------

3. Маркетинг
--------------

Яка цільова аудиторія?
------------------------



Яка цінова політика?

Шляхи розповсюдження продукту/ послуги?

Які методи продажу і розподілу?

4. Фінанси

Скільки фінансування необхідно і для яких цілей?

Експерти отримали свої картки, а підприємці – свої.

#### Картка WEI Інвестора

До зустрічі

1. Вивчити пропозиції, що були обрані підприємцем, і обговорити ті, які приваблюють більш всього. Розглянути ті, які є найбільш ризикованими і які мають найбільший потенціал прибутку.

2. Підготувати питання, які ви хочете запитати у кожної людини або компанії.

Під час зустрічі:

1. Прослухати презентації компаній та приватних осіб. Задати питання, щоб допомогти вирішити, які проекти інвестувати.

2. Обговорити проекти / Вирішити, які проекти ви оберете для інвестицій, і скільки грошей ви дасте на кожний з них.

Пам'ятайте: Ви маєте максимум 5 млн євро для інвестування, але ви можете вкладати менше.

#### Картка Українського підприємця

1. Виберіть один з пропонованих проектів або підготувати свій власний
2. Підготуйте ваш продукт або послугу презентації відповідно до плану, представленим на дошці.

## Можливі пропозиції

Парашути. Ваша компанія хоче виробляти яскраві парашути для центру відпочинку для дітей. (Сучасний розважальний атракціон - стрибки з 3-метрової вежі). Необхідно 1 млн. для фінансування наукових досліджень і витрат на розробку, виробництво та маркетинг.

В'язниці у старих шахтах. Ви повинні фінансувати цю ідею. Ув'язненні, що відбувають довічне покарання, можуть залишитися в старих шахтах для відкачування підземних вод, запобігаючи таким чином засолюванню ґрунту. Необхідна сума: щонайменше 1 млн. євро для фінансування розвитку, переобладнання, найняття персоналу і запуск.

Новітні технології. Ваша компанія розробляє технології проти крадіжок мобільних телефонів. Спеціальний мікрочіп дає можливість власнику вивести з ладу внутрішню мікросхему. Таким чином, крадіжки мобільних телефонів, що, на жаль, є такими популярними в Україні, стануть цілковито безглуздими. Необхідна сума: €1,5млн, на фінансування наукових досліджень ті розробок, налагодження виробництва та маркетингової стратегії.

Новий журнал. Ви бажаєте фінансувати запуск та перше видання нового журналу для сліпих. Необхідна сума: 2 млн. євро на фінансування виробництва, послуги редакції, адміністрування, розповсюдження, просування на ринок ЗМІ

Поки «експерти» знайомились з усіма можливими пропозиціями, пари «підприємців» обирали один з запропонованих проектів, або готували свій особистий та обговорювали бізнес-план. Протягом підготовчого етапу, викладач направляв та коригував їх діяльність так, щоб усі ключові позиції на дошці були включені у презентацію. По закінченні часу, «підприємці»

робили презентацію та відповідали на запитання «інвесторів». Потім «інвестори» вирішували, який проект підтримати, скільки грошей на нього виділити, та визначили свою долю, або пакет акцій. Вони аргументовано пояснили свій вибір.

### Аналіз гри

1. Які з запропонованих проектів були найбільш цікавими (можливо, викладач та інші учасники не згодні з думкою експертів).
2. Чий бізнес-план був найбільш детальніший та послідовний.
3. Чи були «експерти» розсудливими, як вони відносились до справді ризикових проектів, яка вірогідність, що інвестиції дадуть прибуток.

Опишемо зміст ділової гри «Вихід на міжнародний ринок поглинання та злиття компаній».

Мета: розвиток комунікативних умінь студентів, формування умінь будувати професійно спрямовані тематичні діалоги, полілоги, вести дискусії на професійні теми за запропонованим планом.

Похідна інформація: компанія «Супермода» знаходиться в Гонконгу та успішно займається виготовленням модного одягу. Має мережу магазинів, 300 постачальників з 6 країн. Орієнтується на покупців з місячним прибутком нижче 1000\$. Була заснована на початку 90-х і зараз бачить можливості розширення поза межами країни. Рада директорів вирішила придбати вже існуючі компанії в Європі. Головні цілі поглинання це:

1. Збільшення прибутків.
2. Укріплення іміджу.
3. Придбання компанії, яка не забиратиме багато часу та енергії адміністрації.

Відділ корпоративних стратегій компанії «Супермода» отримав завдання провести пошук відповідних об'єктів. Вони об'єднались в 3 групи і кожна після проведення досліджень пропонує одну фірму:

- a) Jeans Club (Німеччина) – мережа магазинів для молоді
- в) Tulipe Noir (Нідерланди) – мережа бутиків класичного одягу

с) Роксалана (Україна) – мережа торгових відділів у великих торгівельних центрах.

Хід гри:

1 етап. Студенти об'єднувались в групи А, В і С по 4-5. Кожна група отримала картку з інформацією про свою компанію. На дошці намальовано графіки товарообігу та прибутків усіх трьох компаній. Завдання кожної групи – приготувати презентацію результатів своїх досліджень. Базуючись на інформації у картках, студенти могли додавати свої деталі.

Група А: Jeans Club (акціонерна компанія).

Головний офіс	Берлін
Вид бізнесу	Продаж готового одягу для молоді
Власник	65% голосуючих акцій: дрібні акціонери + великі установи, банки, пенсійні фонди страхових компаній і т.д.
Засновано	12 років тому. Перший випуск у місті Лейпзигу
Місце випуску	Всі бутики що належать компанії знаходяться на головних вулицях великих міст в Німеччині
Товар	Джинси, Футболки, топи не зроблені за тим же стандартами, всесвітньо відомих брендів . Ринок джинсового одягу орієнтований більше на дизайн, а не на якість.Потенційний покупець-шари та прошарки з прибутком нижче за середній
Споживачі	Переважно люди 18-25 років,трохи старше
Атмосфера	Жива, абсолютно випадкова
Ціни	Низькі-середні ціни. Нижчі ніж у суперників-конкурентів
Декор	Вікна з мальовничіми видами, яскраві кольори, сучасні аксесуари, постери з зображенням поп- та джаз -груп на стінах
Обслуговування	Висока плинність кадрів через низьку заробітну плату. Обслуговування в значній мірі відрізняється від бутиків

Плани	Відкрити у наступному році нову точку у Італії фбо Іспанії.
Перспектива	Важко сказати. Жорстка конкуренція. Starbucks є грізним суперником. Невизначене майбутнє. Компанія трохи заблукала.

Група Б: Tulip Noir (товариство)

Головний офіс	Роттердам, Голландія
Вид бізнесу	Продаж одягу
Власник	Хал Стархеймер, його брат Андре та члени родини (10). Два брати володіють 40 % голосуючих акцій.
Засновано	20 років тому.
Місце випуску	Амстердам, Роттердам, Маастрихт, просторі бутіки
Товар	Готові костюми, зроблені за найвищими стандартами. Смокінги ,консервативні костюми-трійки, жилетки. Остання колекція була описана як «тьмяна, одноманітна , не задовольняє вибагливого покупця, який знається на моді»
Споживачі	віддані клієнти, переважно старше 40 років, керівники високого рангу
Атмосфера	Офіційна, трохи старомодна
Ціни	Конкурентоспроможні
Декор	Масивні і тверді меблі, панелі з червоного дерева, старомодні вітрини
Обслуговування	Персонал спроможний але повільний
Плани	Хал та Андре старі(за 70) Хочуть на пенсію. Родичі завжди сперечаються. Ніхто не хоче взяти товариство на себе.
Перспектива	Потребує вагомих інвестицій та сучасного досвіду

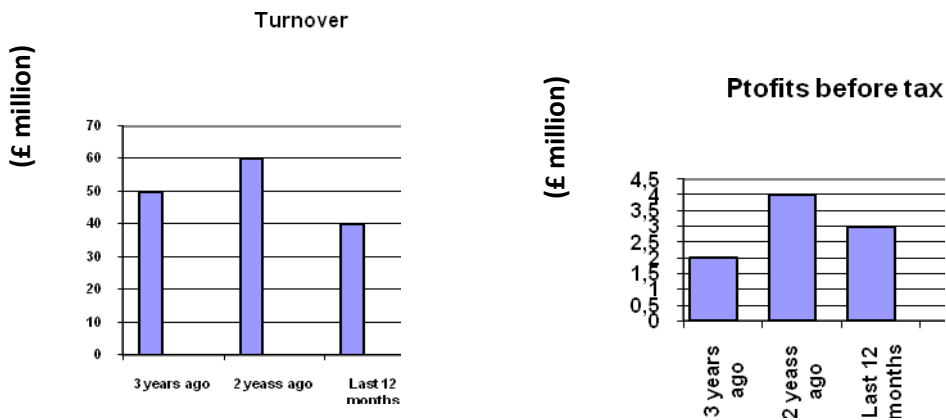
	управління. Зміни маркетингової політики є життєво важливими.
--	---

Група С : Роксолана (акціонерна компанія)

Головний офіс	Дніпропетровськ
Вид бізнесу	Продаж жіночого одягу так званого «гламурного стилю»
Власник	Валентина та Сергій Берегови - 100% голосуючих акцій.
Засновано	6 років тому.
Місце випуску	Переважно у регіональних центрах(центральної та західної України)
Товар	Вечірні сукні, вишиті блузки. Часто імітують "от кутюр"
Споживачі	Змішаний натовп/вік- жінки з «Комплексом Сваровськи» що вірять що справжній Дольче і Габанна можуть коштувати 100 грн»
Атмосфера	Дружелюбна. Кофе та тістечка для постійних покупців.
Ціни	Варіюються. Дешеві блузи та більш дороге вбрання.
Декор	Яскравий декор у всіх магазинах. Кожен магазин має свій відмінний стиль.
Обслуговування	Розумні та спостережливі дівчата. Жваво та енергійно спілкуються з клієнтами.
Плани	Створення національної мережі з річним оборотом понад 20 млн гривень
Перспектива	Не можуть зрости у їхньому нинішньому стані без створення більш професійної структури управління. Необхідність найняти фінансового директора. Витрати почали зростати. Місце важче знайти. Подібні магазини почали розповсюджуватись по всій території України

## Ключова фінансова інформація

Минулі фінансові показники товарообігу та цих трьох компаній дані в діаграмах справа. Всі числа знаходяться в мільйонах гривень



Кожна презентація та її концепція оцінювались експертною комісією (викладач та уся група) за наступними критеріями :

### А) критерії концепції:

1. Чи здатна концепція привернути увагу цільової аудиторії?
2. Чи містить вона чітке послання яке не можна не запам'ятати?
3. Чи вказані якості та риси, які відрізняють товар або послугу від аналогічних?
4. Чи спроможна концепція вразити або приголомшити аудиторію?
5. Чи була концепція достатньо переконливою, щоб змусити інвестора вкласти гроші?

### Б) критерії презентації:

1. Чи була презентація цікавою, чіткою та послідовною? На скільки глибоке враження вона справила?
2. Чи був виступ достатньо голосним, емоційно забарвленим, з різноманітними варіаціями інтонації?
3. Чи була мова презентації жвавою/повільною/занадто жвавою?
4. Чи була мова презентації граматично та фонетично вірною, лексика - багатою на ідіюми та сталі вирази, а речення- синтаксично різноманітними.

5. Чи доцільно вживалась наочність? Чи був налагоджений зірвий контакт з аудиторією?

На третьому – рефлексивно-оцінному етапі закріплювались набуті комунікативні вміння щодо професійно спрямованого англійського мовлення, відбувалося стимулювання творчих проявів студентів щодо активного використання англійського мовлення у майбутній професії студентів. Широко використовувались різного типу комунікативні вправи, рольові імітаційні ділові ігри, презентації, брейн-ринги, дебати, складання ділових листів. Для студентів IV курсу ми запропонували програму, подану англійською мовою у додатку Ж.

Зміст другого етапу дослідно-експериментальної програми використання професійно–орієнтованого навчання на IV курсі спеціальності міжнародна економіка з теми «Люди та праця» подаємо в табл. 2.15

Третій етап дослідно-експериментальної програми використання професійно-орієнтованого навчання на IV курсі спеціальності міжнародної економіки з теми «Люди та праця»

Таблиця 2.15

<i>№ з/п</i>	<i>Тема заняття</i>	<i>Форма проведення</i>	<i>Завдання ,ситуації, аналіз реальних бізнесових проблем.</i>
1.	Усі професії-важливі	Заняття - гра	<p>1. Кожен студент отримав картку з детальним описом „своєї роботи, яка не співпадала з його юнацькою метою.</p> <p>2. За принципом „Броунівського руху студенти розповідали один одному свої блоки інформації, щоб виявити, хто саме здійснив „мету юності”</p> <p>3. Знайшовши пару, яка теж не задоволена теперішню роботою, студенти критикували своє сучасне життя,</p>



			вживаючи умовні речення III типу, та граматичну структуру „I should have”
2.	Досконале резюме - гарантія успішного працевлаштування	Написання резюме та CV	<p>1. Студенти ознайомились з правилами написання резюме .</p> <p>2. Кожен отримав завдання написати резюме для претендентів на різні вакансії.</p>
3.	Як отримати задоволення від праці?	Заняття-дискусія, в стилі телевізійного ток-шоу	<p>1. Викладач- ведучий оголосив тему дискусії та запропонував відео фрагмент про страшний стрес, який людина отримала на роботі.</p> <p>2. „Запрошені” висловили свою думку, щодо мотивації побудувати кар’єру (не більше 2 хв.) .</p> <p>3. Ведучий та експерти задавали питання виступаючим.</p> <p>4. Експерти підвели підсумки дискусії за змістом та формою проведення.</p>
4.	Дрес-код	Заняття-дискусія за методом «Круглий стіл»	<p>1. Студентам запропонували малюнки, на яких зображені по-різному одягнені жінки та чоловіки.</p> <p>2. Їм запропонували висловити свою позицію щодо ювілейних виробів, коротких спідниць, джинсів, міцних парфумів на робочому місці.</p> <p>4. Щоб бути чіткими та переконливими, висловлювання мали відповідати</p>

			наступній структурі: позиція, обґрунтування, приклад, висновки.
5.	Влаштування на роботу. Співбесіда з роботодавцем.	Ділова гра	1. Узгоджувалась послідовність питань співбесіди. 2. Були прослухані два претенденти. 3. Було обрано кандидат на посаду.

Подаємо протокол ділової гри «Влаштування на роботу. Співбесіда»

Мета: розвивати іншомовні вміння розповідати головне про свою діяльність, рекомендувати себе адміністрації, давати оцінку запропонованих кандидатур, розвивати здатність формулювати та відповідати на запитання англійською мовою, пов'язані з менеджментом організацій.

#### Вихідна інформація

Компанія «Brown and Cotton» має вакантну посаду консультанта з менеджменту. Після розглядання 15 CV адміністрація зосередила увагу на двох претендентах Пол Бергер та Ірина Бортфелд.

#### Хід гри:

1. Студентам пропонувалось сказати, які питання на їх думку, будуть задані претендентам. Запропоновані запитання записувались на дошці. Послідовність запитань узгоджувалась. Далі студенти прослухали аудіозапис, який частково змінив їх точку зору:

#### Аудіозапис

-Алан, чи є якісь ключові питання, які ви регулярно використовуєте, коли проводите співбесіди з кандидатами?

-Так, є, і це майже ритуал для мене. Резюме говорить вам про людей і їх кваліфікацію. Під час співбесіди Ви маєте змогу краще дізнатися про їх особистісні якості. Так ключові питання, які я задаю - що вони люблять більш за все, і що вони люблять менш за все в їх нинішній роботі? Вони можуть сказати, що люблять подорожувати та знайомитися з новими

людьми. Це стандартні відповіді. Я думаю, що більш цікаво, можливо, те, що їх не влаштовує в їх компанії. Їм, наприклад, не подобається працювати у вихідні на теперішньому місці. Ймовірно, ви маєте ті самі проблеми в вашій компанії і працювати у вихідні необхідно для роботи. Крім того, питаю про їхні слабкі місця. Я б сказав, що вони в цілому чесно розповідають про свою «Ахілесову п'яту». Запитую їх, про їхні сильні сторони. Це дає всебічне, якщо хочете, представлення про їх особистості, а не тільки прямі кваліфікації, які вони надають у своєму резюме. Чи підходять вони? Це те, на що ви, дійсно, очікуєте?

Якщо ключові запитання вже були написані на дошці, викладач підкреслював прозорість студентів. Якщо ні – додавав їх до переліку.

1. Студенти об'єднувались в 3 групи: 1 – представники адміністрації та відділу кадрів; 2 – «група підтримки» кандидатури Пола Бергера; 3 – група Ірини Бортфелд.

1 група мала розробити для кожного кандидата проблемне питання з менеджменту організацій.

Хід ділової гри:

Характеристика кандидатів.

Ім'я: Пол Бергер. Вік: 45 років.

Сімейний стан: неодружений.

Освіта: Лондонський університет. Ступінь бакалавра в галузі бізнесу та комп'ютерних досліджень.

Досвід роботи: Менеджер з продажу останні 4 роки в компанії Advanced Data Control. Займається всіма аспектами програмного і апаратного забезпечення з маркетингу та продажу. Відповідальний за персонал загальною чисельністю в 20 осіб. Раніше працював в якості менеджера з маркетингу комп'ютерних систем, аналізуючи потреби компанії та рекомендував відповідні комп'ютерні системи.

Навики: Володіє іспанською.

**Особистість / Зовнішній вигляд:** Одягнений в темний костюм, але має татуювання на кисті руки. Комунікабельний, має багато друзів. Полюбить вечірки і танці.

**Коментарі:** Вважає, що завжди слід дотримуватись правил. Цінує чесність і надійність. Може бути запальним та занадто різким, якщо люди не роблять все можливе. Проявляє ентузіазм з багатьох гарних ідей. Висока оцінка з тесту на придатність.

**Ім'я:** Ірен Бортфілд.

**Сімейний стан:** неодружена.

**Освіта:** Принстонський університет - ступінь магістра в галузі ділового адміністрування (МВА)

**Досвід роботи:** Рекламне агентство, протягом останніх 8 років, важлива роль у взаємодії з клієнтами та управлінні командою з 10 чоловік. Раніше працювала в якості менеджера з продажу в універмазі (район Чайнатаун).

**Навички:** Вільно володіє італійською, німецькою та французькою мовами.

**Особистість / Зовнішній вигляд:** Добре одягнена і впевнена в собі. Каже, що вона зазвичай досягає успіху, якщо прагне цього. Вважає, що жінки кращі керівники, ніж чоловіки: вони пильніше сприймають інформацію і використовують свою інтуїцію для вирішення проблем.

**Коментарі:** Позитивні посилення, але роботодавець зауважив, що вона іноді пропускає робочі дні без вагомих причин.

Оцінити кандидатів за об'єктивними критеріями.

#### Запропоновані критерії

Вимоги до кандидатів	Якості	
	Будуть оцінені	Не будуть оцінені
1. Психологічні		
2. Ділові		
3. Моральні		

Групи 2 і 3 заповнили бланки – анкети та готувались до співбесіди. За бажанням викладача один представник кожної групи виконував роль кандидата на посаду.

Для роботи: Ім'я: Адреса:		BROWN and COTTON
Освіта: (починаючи з середньої освіти) Назва школи / коледжу:	Початок та закінчення освіти	Здача іспитів
Професійна кваліфікація: Назва установи:	Початок та закінчення освіти	Отримана кваліфікація
КАР'ЄРА: (починаючи з першого місця роботи): Назва організації / дати:	Посада / Основні обов'язки:	
Додаткова кваліфікація:		

#### Аналіз гри

1. Викладач підкреслював внесок кожного учасника в досягнення мети ділової гри.
2. Вказував на помилки, підкреслював набутий теоретичний досвід.
3. Оцінював проблемні питання, які мала розробити група 1 та відповіді на них груп 2 та 3.

Опишемо зміст ділової гри «Досконала співбесіда»

Для цієї гри були дібрані фішки, набори карток та два ігрових поля: червоне та чорне.

#### Хід гри

Усі студенти групи сідали за великий стіл, на якому знаходились два поля: червоне та чорне.

Викладач зробив передмову:

Психологи кажуть, що коли ви йдете на співбесіду то інтерв'юери складають свою думку , щодо придатності вашої кандидатури протягом перших 4 хвилин. Контролюйте свою «мову тіла». Майте на увазі, що деякі жести і пози можуть справити погане враження.( Можна наочно продемонструвати та прокоментувати, якщо ви вважаєте це за доречне). А який одяг ви вважаєте найбільш придатним для співбесіди? Чому саме?

Поспілкувавшись про жести, манери та одяг кандидата на посаду та дійшовши певних висновків, кожен студент отримував набір карток, в якому упереміжку знаходились поради про те, що бажано та що не бажано робити, коли шукаєш роботу та під час співбесіди. По черзі студенти вголос читали пораду та клали її на червоне (те, що треба робити) або на чорне(те, що не треба робити) поле. Якщо вибір було зроблено невірний, картка передавалась викладачеві, який просив коментарів у групи, щодо проблемної рекомендації. Якщо студенти не в змозі пояснити, викладач коментував сам.

Чорне поле	Червоне поле
(Не бажано)	(Бажано)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• підлещуватися та запобігати перед інтерв'юерами</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• спробувати подолати нервозність і утруднене дихання.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• демонструвати надмірну впевненість та розкутість</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• намагатися бути оптимістом, мати позитивний настрій.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• соромитись заповнити анкету, надати рекомендації, пройти медичний огляд або тестування.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• зберігати ваш спокій і самовладання</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• говорити приглушеним голосом або невиразно.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• визнавати свої недоліки.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• приходити на інтерв'ю без рекомендацій з ваших колишніх місць роботи</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• звертатися в якомога більше компаній</li> </ul>

• мати неохайний зовнішній вигляд.	• мати бездоганне резюме.
• демонструвати почуття неповноцінності.	• говорити і думати, наскільки це можливо, стосовно майбутнього, а не минулого.
• обговорювати минулий досвід, який не має відношення до робочої ситуації.	• підкреслювати, як важливо ладити з людьми, працювати в команді.
• вважати, що світ у боргу перед вами на все життя та ви заслуговуєте на краще	• підкреслювати гнучкість і готовність до навчання.
• бути одним з тих, хто може зробити щонебудь у складній ситуації	• звертатися до роботодавця з поважною гідністю
• ізолювати себе від контактів, які можуть допомогти вам знайти роботу.	• демонструвати впевненість у своїх здібностях
• висловлювати свої ідеї з приводу компенсації, відпустки, часів роботи і т.д. на самому початку інтерв'ю.	• перераховувати досвід який ви мали, безпосередньо пов'язаний з роботою.
• пред'являти претензії, якщо ваша кандидатура не до вподоби.	• привертати увагу до своєї кваліфікації, що безпосередньо стосується вакансії.
• затинатися, відповідаючи на питання.	• намагатися щоб більше людей могли дізнатися про то, що ви в пошуку роботи.
• стирчати, продовжуючи інтерв'ю, коли йому вже час закінчитися.	• вказувати, де це можливо, на вашу надійність, відсутність лікарняних та запізнь і вміння дотримуватись конфіденційності.
• без кінця наголошувати на вашій потребі в роботі.	• бути доглянутим і належним чином одягненим.
• вибачатися за свій вік.	• тримати себе прямо.

• запізнюватися і задихаючись прибігати на співбесіду.	• відповідати на питання чесно та відверто
• бути «всезнайкою» або особою, яка не може виконувати інструкції.	відверто цікавитись майбутніми обов'язками, зарплатнею, системою преміальних

За кожну правильну відповідь студент отримував фішку. Виграв той, у кого більше фішок. Гру можна застосувати на початку вивчення теми (тоді студенти будуть відповідати, покладаючись на інтуїцію і потрібно буде зробити багато коментарів) або наприкінці для підведення підсумків. В цьому випадку невірних відповідей майже не буде.

На наступному етапі розглядання теми «Людина та праця» доцільно продовжувати використовувати імітаційно рольове навчання з елементами групових проектів та презентацій. Наводимо приклади ділових ігор: «Структура компанії» (див. додаток 3).

Мета гри: розвивати професійно спрямовані комунікативні вміння, та навички спілкуватись у групах, розвивати організаційні здібності, а саме: здібність впливати на інших переконливістю доказів та здатність аналізувати утворену ситуацію.

#### Похідна інформація

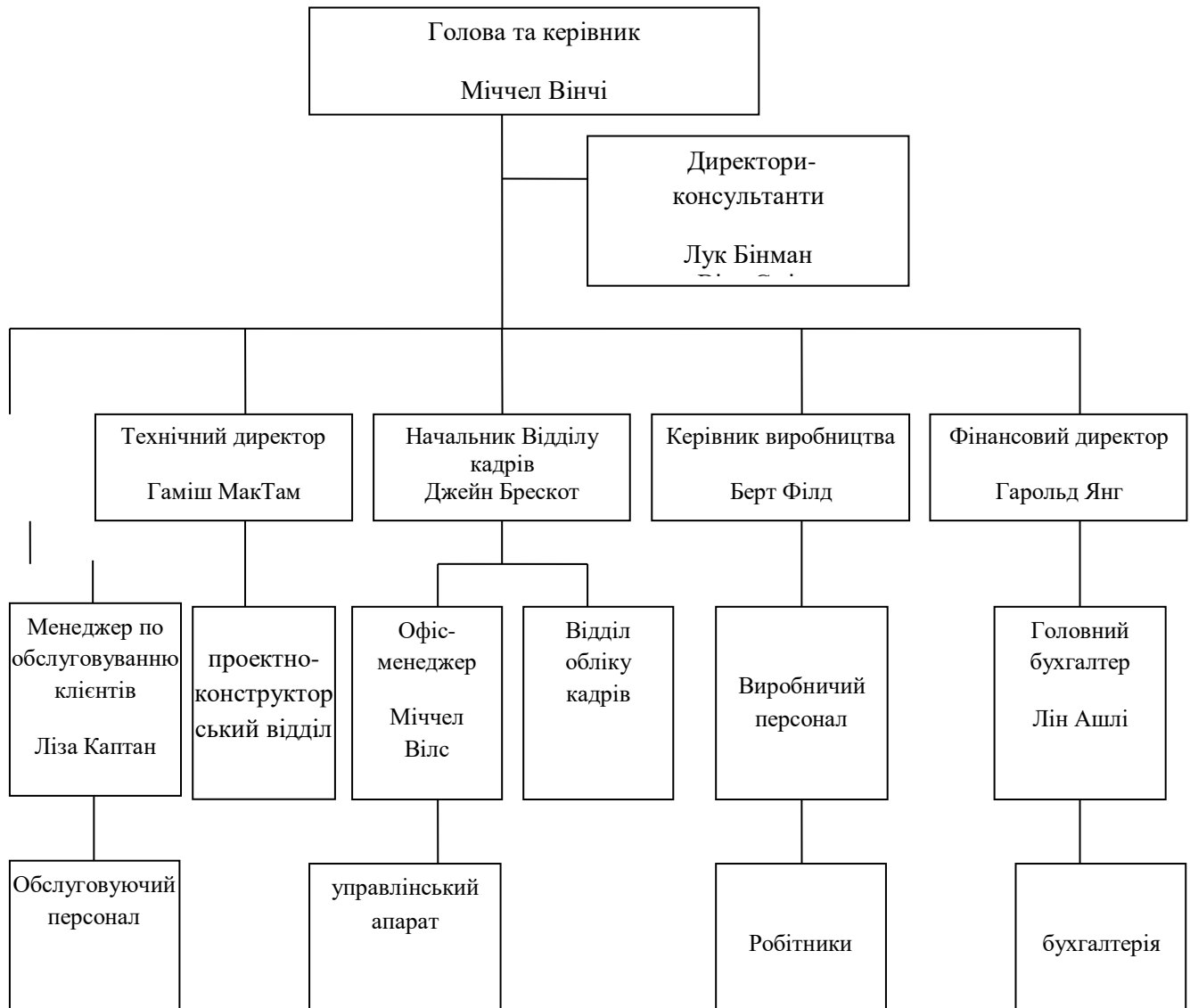
Акціонерна компанія з обмеженою відповідальністю Keupoint Security (UK) Ltd продає системи сигналізації та обладнання по безпеці житла. Вона також надає послуги по доставлянню та охороні готівки та ювілейних виробів. Головний офіс знаходиться в Лондоні, філії – у Бирмінгемі та Единбурзі. Ось головні принципи політики компанії: (на дошці).

Наша мета- забезпечити неперевершеним рівнем безпеки місто Лондон.  
 Наша стратегія- якомога швидше розповсюдити наш корпоративний бізнес.  
 Наше головне надбання- наші працівники. Ми націлені на забезпечення їх стабільною, цікавою та високооплачуваною роботою у позитивному емоційному оточенні.



Незважаючи на те, що компанія процвітає, її власник впевнений, що вона може бути більш прибутковою, якщо зробити реорганізацію наступних сфер:

1) структура управління; 2) розміщення офісних приміщень; 3) умови труда.



### Хід гри.

Познайомившись зі структурою компанії (схема на дошці або на картках), студенти робили невеличку вправу, щоб краще запам'ятати відділи. Їм запропонували рознести по відділах пошту, що прийшла за адресою «Keypoint Security Ltd». Темі листів вказано нижче.

ТЕМА	ОТРИМУВАЧ
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. запит на інформацію про послуги компанії.</li> <li>2. заяву про прийом на роботу в якості інженера-електрика.</li> <li>3. запрошення направити свого представника до офіційного прийому у міській ратуші.</li> <li>4. копію наукової роботи про системи інфрачервоної безпеки.</li> <li>5. довідку від лікаря: працівник буде відсутнім на роботі, принаймні 6 місяців.</li> <li>6. наполегливе прохання представника компанії в Единбурзі стосовно 500 примірників каталогу компанії.</li> <li>7. третє нагадування з проханням оплати рахунку-фактури \$ 1340, запізнений на 6 місяців.</li> <li>8. Різдвяна листівка, тримісячної давнини, ніякого підпису, адресована `Джиммі`.</li> <li>9. Скарга на те, що сигналізація клієнта не спрацювала, під час пограбування приміщення .</li> <li>10. Листівка з місцевого гаражу, пропонує сервісне обслуговування автомобілів співробітникам за зниженими цінами.</li> </ol>	

Добре розібравшись в організації «Keupoint Ltd», студенти об'єднались у три групи (кількість учасників 5-6). Кожна група повинна займатися своєю сферою дії і отримує інформацію, що стосується цієї області реорганізації компанії.

## I. Структура управління

1. Віра Сміт несе занадто багато відповідальності і відчуває себе дуже напружено, також вона скаржиться на відсутність контакту з Люком Бінхемом.

2. Джонатан Вебб хоче мати змогу більше спілкуватися з Майклом Вінчі. Мішель зазвичай знаходиться у відрядженні, так Джонатан потребує його схвалення стосовно важливих рішень, наприклад, щодо знижок для важливих клієнтів

3. Сара Стріт безпосередньо підпорядкована Люку Бінхему. Проте, більшу частину роботи виконує з Вірою Сміт, чиєю спеціальністю є маркетинг (збут).

4. В департаменті з обслуговування клієнтів хочуть більш тісної співпраці з управлінським персоналом. З іншого боку, Мішель Уїлс говорить, що Ліза Каплан завжди втручається в справи їх офісу.

### 3. Умови праці

#### Умови роботи: огляд штату

1. 72% хочуть мати кращі умови і більше можливості висловити їх думки голові.

2. 65% вважають свою роботу "цікавою" і "приємною". 35% говорять, що їх робота 'відчувається нестача різноманітності', в основному бухгалтерія, головне управління, проектно-конструкторський відділ. Прогули (невихід на роботу без поважних причин) в цих відділеннях є частими.

3. 58% ззадоволенням би віддали перевагу гнучкому графіку, щоб вони могли уникнути поїздок на роботу і назад в години пік.

4. 62% вважають, що їхня зарплата є достатньою.

5. 38% (в основному в бухгалтерії, відділі обліку кадрів та головному управлінні) вважають, що їм недоплачують як мінімум 10%. Вони хочуть мати більше пільг, наприклад, знижки на подорожі і більше соціальних подій в компанії.

6. Співробітники відділу продажів говорять, що вони роблять занадто багато неоплаченого понаднормового часу, щоб закінчити їхні канцелярську роботу. Є дуже багато ускладнених форм праці.

7. Торговий персонал скаржаться, що люди у відділі обслуговування клієнтів заробляють від 30% до 40% більше ніж вони, і мають кращий офіс. Вони також отримують щорічні премії.

## II . Офісне розташування

керівник	Менеджер по роботі із замовниками і штат (5)	Кухня і вбиральня		Особистий Менеджер
Фінансовий директор				
Департамент (відділ) з обслуговування клієнтів		Головне управління (8)		Менеджер зі збуту (маркетингу)
Керівник виробництва	Обмін валют	Невиконавчі директори		Співробітники відділу продажів корпоративного бізнесу (12)
		Комора (канцелярське приладдя та продаж літератури)		
Технічний директор		Ксерокопіювання (2)		Ліфти
проектно-конструкторський відділ		Поштова кімната (3)		Приймальня (2)

Вхід

Головний вхід

Існуючі проблеми: Офісні приміщення не використовуються ефективно і потребує повної реорганізації. (Наприклад, з бухгалтерії та Головного

управління персоналом занадто далеко йти до кімнати фотокопіювання, і т.д.)

Крім того, такі послуги не доступні для співробітників на даний момент:

- а) їдальня в будівлі. (Немає також ніяких ресторанів поблизу).
- б) Кімната для курців. (Люди палять за межами головного входу).
- з) ясла для співробітників, які мають маленьких дітей.
- г) Засоби для штату з обмеженими можливостями. (Є два співробітника ініаліди).

### Хід гри

#### 1 етап

Кожна група вивчала свою сферу організації компанії, обговорює ситуацію та готує письмово рекомендації по реорганізації. Викладач допомагав та керував їх діяльністю, переходячи від однієї групи до другої.

#### 2 етап

З кожної з трьох груп обирали по одній людині і, таким чином, утворили 5 експертних груп по 3 студенти, кожен з яких знається на своїй окремої області. По черзі студенти презентують та пояснюють кожен свої рекомендації, а потім вони разом дискутують, як краще реорганізувати компанію. В кожній експертній групі обирається голова, який фіксує, щоб кожний мав змогу висловитись та дійти висновку. Після прийняття кінцевих рішень студенти повертаються в первісні (домашні) групи по 5 та порівнюють результати. Використовувалась технологія «Ажурна пілка», яка дає змогу студентам працювати разом для засвоєння великої кількості інформації і ефективна саме на рефлексивно- оцінному етапі

#### Аналіз гри.

1. Відмітити внесок кожного учасника. Визначити найбільш активних студентів.
2. Підкреслити позитивне та негативне в процесі проведення ділової гри. Чи достатньо усі вживали нову лексику.

3. Проаналізувати, які саме якості: комунікативні, організаційні, індивідуальні були продемонстровані в ході гри.

### ВЕЛИКА КОМПАНІЯ – ВЕЛИКІ ПРОБЛЕМИ

Мета гри: вдосконалити практичні навички з підготовки та проведення переговорів та досягнення консенсусу. Розвивати комунікативні уміння професійно спрямованого спілкування.

#### Похідна інформація

Американська мережа магазинів готового одягу Робінсон нещодавно приєднались до французької компанії L'arriere. Всупереч очікуванням, обсяги продаж в американських магазинах низькі. Група менеджерів – консультантів проаналізувала проблеми та має розробити путі їх вирішення та запропонувати їх на спільній американо-французькій конференції.

#### Підготовка до ділової гри

Студенти об'єднуються у дві групи: 1 – адміністрація L'arriere, 2 – менеджери консультанти. Перша група отримує картки з проблемами, які необхідно чітко сформулювати у вигляді плану. Друга – картки з фрагментами аналізу проблем. На їх підставі потрібно скласти чітку доповідь.

#### Проблемна картка першої групи:

1. Співробітники американської компанії L'arriere не відчують себе частиною компанії, у яку вони були прийняті. Спроба нав'язати систему управління і маркетингові методи Робінсона ще не була абсолютно успішна.

2. Після їх поглинання мережа магазинів одягу Робінсона, L'arriere сподівався на рівень зростання обсягу продажів 10% на рік. Покищо зростання обсягу продажів спостерігається лише на половину цього числа.

3. Спроба комбінувати систему управління L'arriere і маркетингові методи Робінсона не була абсолютно успішною.

4. Наш темп зростання низький, тому що ми були прийняті в іншу компанію. Коли ми були компанею Робінсон, наші продажі були хороші. Я думаю, що справжня проблема в том,що ми є занадто великі тепер. Це

ускладнює спроможність моментального реагування на ринкові зміни і приймання адекватних рішень. Великій компанії бракує гнучкості. Коли клієнти хочуть швидких змін в дизайні одягу ми не можемо задовольнити їх потреби. Внаслідок цього пропозиція не задовольняє попит.

5. Щодо маркетингу, магазини Робінсон зберігають досить традиційний стиль.

6. Інша область, де маркетинг Larrièrre's в Америці потребує змін має відношення до його французької власності. До цих пір Larrièrre применшував це із віри, що американці могли би бути проти закупки іноземних товарів. «Американці купують для того щоб носити американське» - таким був девіз компанії Робінсона.

#### Проблемна картка другої групи (консультантів)

1. В області підготовки кадрів для того, щоб гарантувати, що книжні методи та методи колишніх службовців та робітників Робінсон відповідають філософії компанії рекомендують великомасштабну навчальну програму-тренінг.

2. Частиною образу компанії Робінсон було те, що це була давня американська компанія. Цей образ не пасує до більш сучасного образу, який асоціюється з Larrièrre. Оскільки потенціал для збільшення продаж, судячи з результатів конкурентів, як здається, знаходиться в області дизайнерського стилю, то зовнішній традиційно-класичний вигляд магазинів Робінсон повинен бути радикально змінений з урахуванням цього.

3. Головний конкурент Larrièrre брати Соул, досягли гарних результатів, виділяючи в своєму асортименті товари створені Жаком Бардіном, провідним французьким дизайнером. Таким чином ця доповідь рекомендує обширну рекламну кампанію, яка підкреслить той факт, що Larrièrre французька компанія і що її одяг відображає останні стилі та дизайни.

4. Темп зростання відбувається не за рахунок загальної економічної ситуації, оскільки деяким із конкурентів L'Oréal, таким як Saverite та брати Соул вдалося зрости на 10 та більше відсотків.

5. Багато з причин невдачі L'Oréal у досягнення стрімких темпів зростання пов'язані з тим, що L'Oréal Inc. створена на основі раніше американської компанії Робінсон. Методи маркетингу і презентації продуктів були дуже різними в компанії Робінсон в порівнянні з методами L'Oréal.

6. Щоб забезпечити заміну колишніх методів компанії Робінсон новітніми технологіями та сучасними методами із L'Oréal, потрібні будуть великі витрати в області маркетингу, реклами та навчання.

#### Хід гри

1 етап. Кожна група виконує своє завдання та обговорює можливі путі вирішення проблем. Розроблюючи нову стратегію, необхідно прийняти до уваги, що зміна торгової політики потребує великих затрат не тільки грошей, але і часу, і трудових ресурсів. Отже, необхідно скласти приблизну калькуляцію.

2 етап. Студенти об'єднувались і проводили конференцію. Викладач або один із студентів очолював дискусію та слідкував, щоб усі мали змогу висловитись за наступним порядком денним.

#### Порядок денний

1. Поліпшення спільної роботи працівників.
2. Підкреслення того, що L'Oréal провідна французька компанія з сучасними європейськими традиціями.
3. Причини незадовільних результатів.
4. Цілі діяльності L'Oréal.
5. Зміна образу Робінсона.
6. Мета рекомендацій.
7. Області, які потребують інвестицій.
8. Показники конкурентів L'Oréal.



Аналіз гри:викладач аналізує, чи досить активно студенти застосовували лексику за темою; зосередьтесь на найбільш типових помилках; відзначте найбільш активних учасниках та найбільш цікавих стратегічних ідеях.

## ПРИЙНЯТТЯ АНТИКРИЗИСНОГО РІШЕННЯ ПРО ЗМІНЮВАННЯ СТРАТЕГІЇ

Мета гри: вдосконалити практичні навички з підготовки та проведення переговорів та досягнення консенсусу. Розвивати комунікативні уміння професійно спрямованого спілкування та навички оптимального використання усіх доступних джерел інформації(текст,аудіо запис), визначити засоби, форми і методи взаємодії, необхідної для групової роботи.

### Попередня підготовча діяльність

«Мозкова атака». Студенти швидко відповідали на питання, що вони, як правило, роблять, коли необхідно прийняти важливе рішення, яке можливо, змінить їх життя. Варіанти відповідей записуються на дошці у вигляді двох колонок. Перша з назвою «emotion» - для ідей, які з'явилися під впливом емоцій, а друга – «reason» - для суто практичних. На дошці з'являється приблизно така картина:

Емоція	розум
Виспатись або відпочити. Порадитись з як можна більшою кількістю людей. Проконсультуватись з гороскопом. Кинути жереб.	Записати плюси і мінуси. Враховувати минулий досвід, що допоміг вам прийняти рішення. Звести всі рішення до питання грошей. Бути повністю демократичним в групі маркетингових рішень і прийняти рішення шляхом голосування.

В групах, або парах студенти обговорюють, які з цих ідей можна використати, приймаючи ділове рішення. Далі студентам пропонується готовий алгоритм прийняття рішення, що складається з 8 кроків. Цей алгоритм був розроблений відомою письменницею Маріон Хейнц. Вживаючи його, треба змінити стратегію компанії, що опинилась у скрутному фінансовому становищі.

1. Обговорити і проаналізувати ситуацію.
2. Визначити проблему.
3. Встановити цілі.
4. Сформулювати, що необхідно і бажано.
5. Подумати про альтернативи.
6. Вирішити критерії їх оцінити.
7. Оцінити альтернатив.
8. Здійснити вибір між альтернативами.

#### Вихідна інформація

Potato House (Картопляна Хата) було засновано Світлою і Володимиром Білоконь. Вони не мали попереднього досвіду в ресторанному бізнесі. Свій перший ресторан вони відкрили в Кривому Розі і за 5 років створили мережу з 10 ресторацій, використовуючи систему франчайзингу.

Причина успіху – якість їжі. Нові для України буріто, камідо, картопля Гротен завоювали ринок. Коли «Картопляна Хата» стало відкритим акціонерним товариством, за один тиждень ціна акції виросла до 120%. Здавалось, успіху та прибуткам немає кінця. Минуло 4 роки і ціна акцій упала до 80%. Зараз Світлана та Володимир володіють 40% пакетом акцій. Інший головний акціонер – італієць Mario Puzo. Світлана та Володимир зібрали команду консультантів по менеджменту, щоб отримати пораду щодо майбутньої стратегії компанії.

1 етап. Студенти прослуховують інтерв'ю, в якому експерт «Ділових новин» коментує ситуацію з «Картопляною хатою» та продивляються результати опитування клієнтів. Завдання: об'єднавшись в 4 групи:

1) зробити перелік проблем компанії; 2) з'ясувати, хто є типовим клієнтом; 3) які блюда є найбільш популярними і 4) що саме є сильними сторонами «Картопляної хати».

### АУДІОЗАПИС

I. Що йде не так як потрібно з Potato House? Тепер, здається, ніхто не хоче купувати їхні акції. Що все це означає?

E. Є низка проблем, як я бачу. По-перше, зменшився попит на їх їжу. Я не впевнений, що це тому, що люди їдять менше курятини в наші дні. Але звичайно є велика конкуренція з боку мережі швидкого харчування. McDonald's, Burger King, Kentucky Fried Chicken і так далі.

I. Але я думав, що був трохи особливим. На відміну від інших, мої страви гостріші, екзотичніші, кращі на смак, і не містять багато холестерину.

E. Це може бути так. Але це досить дорого. Ви потребуєте набагато більшу ціну, ніж за аналогічну їжу, скажімо, в McDonald's.

I. Таким чином, це проблема ціни?

E. Не тільки. Вони розширювались дуже швидко, можливо, занадто швидко, і зіткнулись з фінансовими проблемами. Компанія не могла погасити деякі із своїх кредитів в строк – банкам це не подобається. Інвесторам це також не подобається.

I. Ммм, не дивно, що ціни на акції упали.

E. Інший факт. Вони створили бізнес за допомогою франчайзингу. Але деякі франшизи не управляють ресторанами належним чином. Клієнти скаржаться на довгі черги, погане обслуговування та брудні ресторани. Декор приміщення також нудний та незахоплюючий.

I. І яке ж рішення? Що вони збираються робити?

E. Я вчора зателефонував Світлані і запитав, які вони мають плани, щоб повернути бізнес. Вона не сказала мені багато, але підкреслила, що зателефувала до команди консультантів з управління для того, щоб вони надали їм поради щодо їх стратегії

Опитування клієнтів( резюме)		
Клієнти		Продукти харчування, які купували найчастіше
Вік 18-30 років	58%	Буріто та картопля Торро.
30-40 років	32%	Салат , стек
40+	10%	Думка клієнта (%)
Стать: Чоловіча	54%	Добре задовільно погано
Жіноча	46%	Якість/свіжість продуктів
Сімейний стан: неодружений	65 %	40 50 10
одружений, дітей		Співвідношення ціни і якості
немає	23 %	10 30 60
одружений, має дітей		Обслуговування
		8 38 54
		Чистота
		6 14 80
		Дружелюбність персоналу
		24 48 28
Як часто клієнти відвідують ресторани		Декор
Перше відвідування	8%	1 34 65
Частіше ніж раз на тиждень	5%	
Від одного разу на тиждень до одного разу в два тижні	29 %	

Кожна група доповідає по 4-м завданням. Викладач коментує помилки та правильні відповіді.

2 етап. На цьому етапі кожна група отримує індивідуальне завдання: захистити своє альтернативне рішення.

#### Варіанти

Наступні варіанти будуть обговорені консультантами з питань управління на наступному засіданні.

1. Переконайте Світлану та Володимира піти у відставку.

Призначте нового керівника з досвідом франчайзингу в харчовій промисловості.

2. Відшукайте можливості злиття з великою компанією швидкого харчування, яка може запропонувати управлінський досвід та фінансові ресурси.

3. Поліпшіть прибуток за рахунок розширення в Європі в рамках спільних підприємств. Німецька мережа супермаркетів вже виявили цікавість до такого підприємства.

4. Зробіть суттєві зміни в бізнесі. Наприклад:

а) більше торговельних точок у власності компаній. Це дало б змогу краще контролювати ресторани.

б) запропонуйте спеціальні пропозиції( наприклад величезні знижки на певні страви)

в) запуск основної рекламної кампанії.

Кожна група розглядає шляхи захисту свого альтернативного рішення та план дії. Назначений або обраний голова слідкує, щоб усі мали змогу висловитися. Викладач слідкує, щоб під час дискусій максимально вживалась нова лексика за темою.

Етап 3. Склад груп змінюється: по одному захиснику кожного варіанта стратегічного рішення. Вони по черзі намагаються довести іншим, що їх рішення – найрозумніше. Решта вказує на його слабкі сторони. Викладач здійснює загальний моніторинг, помічаючи помилки, щоб пізніше попрацювати над ними. Наприкінці представник кожної групи оголошує, яку альтернативу вони обрали і чому.

Аналіз гри. Викладач підбиває підсумок гри: чи усі групи дійшли однакового висновку, яка з груп найбільш послідовно обґрунтувала.

#### Ділова гра «Якості керівника»

Мета гри: розвивати навички ведення плідної дискусії щодо професійній компетентності та керівницьких здібностей кандидата на посаду менеджера проекту;

## Хід гри

1 етап. «Мозкова атака». Опитати студентів, які риси необхідні успішному керівникові та записати на дошці у стовпчик. Якщо деякі якості не будуть названі, задати навідне питання.

**Приблизний перелік якостей та навичок якими має володіти менеджер**

Креативність	Лояльність
Ефективність	Гнучкість
Відповідальність	Привабливість
Витривалість	Доступність
Проникливість	Рішучість
Енергія	Інтелігентність
Товариськість	Порядність
Методичність	Чесність

Об'єднавшись в 4 групи, студенти розташовують якості, починаючи з найважливіших для керівника. Кожна група готує свій список.

2 етап. Усі групи отримують тексти оголошення. Щоб прочитати текст необхідно виконати лексичну вправу на складання словосполучень з наступною підстановкою в наданий текст . Студенти самостійно по групах роблять лексичну вправу та читають оголошення. Функція викладача – корегуючи.

Зтворити словосполучення.

координувати	a) діяльність
спілкуватись	b) продуктивність
вести справи з	c) співробітники
делегувати	d) стратегії
розвивати	e) завдання
видавати	f) інформація
вимірювати	g) привабливість
мотивувати	h) цілі
виконувати	i) закони

набирати

j) кризи

приймати

k) рішення

### Головний менеджер косметичної компанії Жозефіна

Як світовий лідер в секторі здоров'я та краси. «Жозефіна» є міжнародна компанія з оборотом більше 5 млрд фунтів стерлінгів. Ми шукаємо управляючого менеджера визначного масштабу.

Обов'язки :

Успішний менеджер повинен буде:

- Встановити цілі і повідомляти про них ясно для персоналу.
- Розробити.... які збільшать прибутковість і частку ринку
- Прийняти.... на найвищому рівні , що стосується короткострокових і довгострокових заходів групи

- Точно... продуктивність окремих осіб і відомств

- Видавати.... які інколи можуть бути непопулярними.

Людина, яку ми шукаємо, це:

- Сильна, харизматична, що може...співробітників його/її бачення
- Добре організована, яка може координувати.... цілої групи ефективно

- Спокійна, коли... кризи

- Може... завдання іншим, коли це необхідно

- Може спілкуватись... і чітко на всіх рівнях компанії.

3 етап. Кожна група отримує картки з інформацією, яку 4 кандидати дали про себе та свій стиль управління. Користуючись переліком якостей, необхідних керівникові, визначають найбільш відповідного та найменш відповідного кандидата, пильно виважуючи їх сильні та слабкі сторони.

### 2.3 Порівняльні результати рівнів розвитку професійно спрямованого іноземного мовлення майбутніх фахівців економічного профілю

На прикінцевому етапі було проведено контрольний зріз за завданнями, аналогічними констатувальному етапу. Проаналізуємо одержані результати.

Наводимо результати виконання студентами експериментальних завдань з іноземної мови в табл. 2.18.

Таблиця 2.18

Результати виконання студентами експериментальних завдань з іноземної мови

Завдання	Оцінки									
	5		4		3		2		Не виконано	
	КЕ	ПЕ	КЕ	ПЕ	КЕ	ПЕ	КЕ	ПЕ	КЕ	ПЕ
Фонетика	-	40	6	20	70	36	24	4	-	-
Граматика	2	38	24	30	62	30	12	2	-	-
Лексика	8	60	30	30	50	10	10	4	2	-
Говоріння	-	20	8	40	60	36	4	4	12	-
Аудіювання	-	50	18	30	50	18	2	2	14	-

Примітка:

КЕ – контрольний етап

ПЕ – прикінцевий етап

Як засвідчує таблиця, в експериментальній групі відбулися значні позитивні зміни в набутті знань і вмінь з іноземної мови по завершенні експериментального навчання.

Якщо на пошуково-розвідувальному етапі ніхто із студентів не одержав оцінки «5» з фонетики, говоріння й аудіювання і тільки 2% - з граматики і 8% студентів з лексики були оцінені на бал «5», то на завершальному етапі найвищим балом «5» було оцінено знання: 40% з фонетики, 38% - з граматики, 60% - з лексики, 20% - з говоріння і 50% студентів з аудіювання.



Відповідно балом «4» оцінили знання 20% (було 6%) студентів з фонетики; 30% (було 24%) з граматики; з лексики – 30% (було 30%); з говоріння 40% (було 8%); з аудіювання – 30% (було 18%) студентів.

Балом «3» були оцінені знання 36% (було 70%) з фонетики; 30% (було 62%) з граматики; 10% - з лексики (було 50%); 36% студентів з говоріння (було 60%) і 18% - з аудіювання (було 50%).

Бал «2» одержали: 4% (було 24%) студентів з фонетики; 2% (було 12%) – з граматики; 4% (було 20%) з говоріння і 2% (було 18%) з аудіювання. Студентів, які б не виконали завдання, на прикінцевому етапі не було, тоді як на початковому етапі було 2% студентів – з лексики; 12% з говоріння і 14% з аудіювання.

Порівняльні ступені володіння студентами іноземною мовою подано в табл. 2.19.

Таблиця 2.19

Ступені володіння студентами іноземною мовою на прикінцевому етапі

Група	Ступені, %							
	Високий		Достатній		Задовільний		Початковий	
	КЕ	ПЕ	КЕ	ПЕ	КЕ	ПЕ	КЕ	ПЕ
ЕГ	-	42	16	30	66	18	18	10
КГ	-	4	14	20	70	60	16	16

Як бачимо з таблиці, суттєві позитивні зміни відбулися у ступенях оволодіння студентами іноземною мовою. Якщо високий ступінь на етапі пошуково-розвідувального експерименту був відсутній в обох групах, то на прикінцевому етапі 42% студентів експериментальної групи досягли високого ступеня (у КГ – 4%); на достатньому ступені стало 30% (було 16%), у контрольній групі 20% (було 14%), на задовільному залишилось 18% (було 66%), у контрольній – 60% (було 70%) і на початковому рівні – 10% (було 18%) в експериментальній групі і 16% так і залишилось у контрольній групі.

Порівняльні дані ступенів пізнавального інтересу студентів до вивчення економіки на констатувальному й прикінцевому етапах подано в табл. 2.20.

Таблиця 2.20

Ступені пізнавального інтересу студентів до вивчення економічних дисциплін

Група	Ступені, %							
	Високий		Достатній		Задовільний		Початковий	
	КЕ	ПЕ	КЕ	ПЕ	КЕ	ПЕ	КЕ	ПЕ
ЕГ	12	60	36	30	36	10	16	-
КГ	14	42	34	40	38	10	14	8

Як засвідчує таблиця, в ставленні студентів експериментальної групи до вивчення дисциплін економічного циклу відбулися відчутні позитивні зміни. На високому ступені стало 60%; 30% - на достатньому і тільки 10% студентів залишилось на задовільному ступені. Як бачимо з таблиці, початковий ступінь був відсутній.

Окремі позитивні зміни, незначні, відбулись і в студентів контрольної групи. До високого ступеня піднялись 42% (було 14%), достатнього – 40% (було 34%). На задовільному ступені стало 10% (було 38%); на початковому залишилось 8% (було 14%) студентів.

Як засвідчили результати експерименту, змінилось і ставлення студентів до занять з іноземної мови (див. табл. 2.21).

Таблиця 2.21

Ставлення студентів до занять з іноземної мови (%)

Група	Позитивне		Негативне		Байдуже	
	КЕ	ПЕ	КЕ	ПЕ	КЕ	ПЕ
ЕГ	14	86	46	-	40	14
КГ	12	48	42	22	38	30

Дані таблиці засвідчують, що студенти експериментальної групи – 86% - висловили позитивне ставлення до занять іноземною мовою (було 14%), «байдуже» ставлення висловили тільки 14%. Негативного ставлення не було виявлено (було 46%).

Позитивні зміни відбулись і в контрольній групі. Позитивне ставлення до занять з іноземної мови висловили 48% (було 12%); негативне – 22% (було 42%); байдуже – 30% (було 38%).

Порівняльні результати розвитку професійно спрямованого іноземного мовлення подано в табл. 2.22.

Таблиця 2.22

Порівняльні результати розвитку професійно спрямованого іноземного мовлення

Група	Рівні, %							
	Високий		Достатній		Задовільний		Початковий	
	КЕ	ПЕ	КЕ	ПЕ	КЕ	ПЕ	КЕ	ПЕ
ЕГ	8	40	20	36	40	24	32	-
КГ	10	18	18	22	42	46	30	24

Як видно з таблиці, під впливом професійно-орієнтованого навчання в експериментальній групі високого рівня розвитку професійно спрямованого іноземного мовлення досягли 40% студентів (було 8%), достатнього рівня 36% (було 22%); на задовільному рівні залишилось 24% студентів (було 40%); на початковому рівні не було виявлено жодного студента (було 32%).

У контрольній групі під впливом традиційної методики навчання також відбулися незначні позитивні зміни. До високого рівня піднялися 18% студентів (було 10%); на достатньому стало 22% (було 18%); на середньому збільшилась кількість студентів з 42% до 46%; на початковому рівні залишилось 24% (було 30%) студентів.

Як бачимо, під впливом професійно-орієнтованого навчання відбулися досить суттєві позитивні зміни в експериментальній групі студентів, що

засвідчує ефективність обраних педагогічних умов і методики професійно-орієнтованого навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю.

### **Висновки з другого розділу**

На пошуково-розвідувальному етапі експерименту було проведене анкетування викладачів і студентів щодо їх ставлення до професійно-орієнтованого навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю.

Матеріали опитування засвідчили здебільшого незадоволеність викладачів ставленням студентів до занять з іноземної мови та байдуже чи негативне ставлення студентів до предмета «іноземна мова».

Невтішними виявились і знання та вміння студентів з іноземної мови. Для з'ясування рівня розвитку професійно спрямованого іноземного мовлення майбутніх фахівців економічного профілю було виокремлено критерії і показники його оцінювання.

Мотиваційний критерій з показниками:

- ставлення студентів до вивчення професійно спрямованої іноземної мови;
- наявність інтересу до оволодіння іноземною мовою;
- потреба і бажання вивчати іноземну мову професійної спрямованості.

Когнітивний критерій з показниками:

- розуміння студентами текстів іноземною мовою;
- словниковий запас іноземної лексики професійної спрямованості;
- фонетична правильність вимови звуків і звукосполучень іноземною мовою;
- граматична правильність іноземного мовлення;
- зв'язність іноземного мовлення (діалог, монолог).

Комунікативний критерій з показниками:

- наявність комунікативних умінь іноземною мовою;
- комунікативна активність;
- комунікативна ініціативність;
- наявність мовних і немовних засобів виразності.

Рефлексивно-емоційний критерій з показниками:

- наявність взаємоконтролю та взаємооцінки іноземного мовлення;
- наявність самоконтролю та самооцінки іноземного мовлення.

На основі визначених критеріїв і показників було виокремлено і схарактеризовано рівні розвитку професійно-спрямованого іноземного мовлення майбутніх фахівців економічного профілю: високий, достатній, задовільний і початковий.

На констатувальному етапі експерименту на високому рівні було всього 8% студентів експериментальної групи (у КГ – 8%), на достатньому – 20% (у КГ – 18%). Більшість студентів перебували на задовільному – 40% (у КГ – 44%) та початковому рівнях – 32% (у КГ – 30%) студентів.

З'ясувалося, що більшість студентів, за результатами констатувального етапу експерименту, перебували на задовільному та початковому рівнях.

На формуальному етапі експерименту було розроблено експериментальну модель професійно-орієнтованого навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю, яка обіймала 3 етапи: когнітивно-збагачувальний, комунікативно-діяльнісний, рефлексивно-оцінний. Для кожного етапу було розроблено систему мовленнєвих вправ, мовленнєвих ситуацій професійної спрямованості, сценарії ділових ігор, круглих столів і т.ін.

Метою першого, когнітивно-збагачувального етапу, було збагачення мовлення студентів іноземною лексикою професійно-орієнтованої спрямованості; навчання їх проектувати варіативні професійно спрямовані мовленнєві ситуації іноземною мовою; будувати відповідні діалоги, полілоги, монологи. Метою другого, комунікативно-діяльнісного етапу, був розвиток

комунікативних умінь студентів. На третьому – рефлексивно-оцінному етапі закріплювались набуті комунікативні вміння щодо професійно спрямованого англійського мовлення, відбувалося стимулювання творчих проявів студентів щодо активного використання англійського мовлення у майбутній професії.

Результати прикінцевого етапу експерименту засвідчили суттєві позитивні зміни в розвитку професійно спрямованого іноземного мовлення у майбутніх фахівців економічного профілю. Відтепер за всіма показниками більшість студентів експериментальної групи досягли високого і достатнього рівнів розвитку іноземного мовлення, що засвідчило ефективність визначених педагогічних умов та розробленої експериментальної моделі.

Результати прикінцевого експерименту засвідчили позитивні зміни в рівнях розвитку професійно спрямованого іноземного мовлення майбутніх фахівців економічного профілю. Так, на високому рівні стало 42% студентів експериментальної групи (у КГ – 4%), на достатньому – 30% (у КГ - 20%), на задовільному рівні залишилось 18% (у КГ - 60%) і на початковому рівні - 10% (у КГ – 16%).

Результати першого розділу дисертації відображено в таких публікаціях автора: [41], [43], [44], [46].

## ВИСНОВКИ

Дослідження було спрямоване на організацію професійно-орієнтованого навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю. Визначено педагогічні умови та рівні розвитку професійно спрямованого іноземного мовлення майбутніх фахівців економічного профілю.

Професійно-орієнтоване навчання – цілеспрямований процес передавання, засвоєння професійних знань, професійної діяльності, та активне становлення особистості, реалізація професійних якостей, здібностей, комунікативних умінь та навичок спілкування студента за роки навчання у ВНЗ. Перетворення особистості майбутнього фахівця через систему професійно спрямованих завдань та ставлення до суспільно-соціальних цінностей обраної професії. Досліджуваний феномен «професійно-орієнтоване навчання» майбутнього фахівця міжнародної економіки відноситься до сфери інтердисциплінарних, пограничних явищ. Воно містить в собі культурологічний, психологічний, педагогічний смисли і тому логіка і методи його дослідження повинні бути адекватні вимогам гуманітарного пізнання.

Професійно-орієнтоване навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю – це цілеспрямований педагогічний процес організації і стимулювання активної іншомовної навчально-мовленнєвої діяльності студентів економічного профілю до оволодіння ними іншомовними комунікативними навичками і вміннями професійної спрямованості задля подальшого спілкування з іноземними спеціалістами в економічній сфері.

Навчання іноземної мови студентів економічного профілю здійснювалося в таких організаційних формах, передбачених програмою: практичні аудиторні заняття та різні види самостійної роботи. Провідною організаційною формою навчання іноземної мови є практичні аудиторні заняття, під час яких викладач обмежується здебільшого керуванням

навчальним процесом, стимулюванням активної іншомовної діяльності студентів.

Такий підхід до організації навчання іноземної мови у ВНЗ, як засвідчили результати пошуково-розвідувального експерименту, виявився не ефективним: і студенти, і викладачі не задоволені методикою викладання іноземної мови, в більшості студентів виявилось байдуже і негативне ставлення до вивчення іноземної мови, оскільки був відсутній професійно-орієнтований підхід до навчання іноземної мови у ВНЗ економічного профілю.

У запропонованому дослідженні було обрано професійно-орієнтований підхід навчання іноземної мови студентів економічного профілю.

Критеріями і показниками оцінювання рівня розвитку професійно спрямованого іноземного мовлення було обрано: мотиваційний, когнітивний, комунікативний, рефлексивно-емоційний.

Мотиваційний критерій з показниками:

- ставлення студентів до вивчення професійно спрямованої іноземної мови;
- наявність інтересу до оволодіння іноземною мовою;
- потреба і бажання вивчати іноземну мову професійної спрямованості.

Когнітивний критерій з показниками:

- розуміння студентами текстів іноземною мовою;
- словниковий запас іноземної лексики професійної спрямованості;
- фонетична правильність вимови звуків і звукосполучень іноземною мовою;
- граматична правильність іноземного мовлення;
- зв'язність іноземного мовлення (діалог, монолог).

Комунікативний критерій з показниками:

- наявність комунікативних умінь іноземною мовою;
- комунікативна активність;



- комунікативна ініціативність;
- наявність мовних і немовних засобів виразності.

Рефлексивно-емоційний критерій з показниками:

- наявність взаємоконтролю та взаємооцінки іноземного мовлення;
- наявність самоконтролю та самооцінки іноземного мовлення.

До кожного критерію були дібрані тести і діагностичні завдання з метою з'ясування рівня розвитку професійно спрямованого іноземного мовлення майбутніх фахівців економічного профілю. Було виявлено чотири рівні розвитку професійно спрямованого іноземного мовлення у майбутніх фахівців економічного профілю: високий, достатній, задовільний і початковий. Як з'ясувалось на високому рівні було всього 8% студентів експериментальної групи (у КГ – 8%), на достатньому – 20% (у КГ – 18%). Більшість студентів перебували на задовільному – 40% (у КГ – 44%) та початковому рівнях – 32% (у КГ – 30%) студентів.

На формувальному етапі було розроблено експериментальну модель професійно-орієнтованого навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю, яка охоплювала три етапи: когнітивно-збагачувальний, комунікативно-діяльнісний та рефлексивно-оцінний.

Метою першого, когнітивно-збагачувального етапу, було збагачення мовлення студентів іноземною лексикою професійно-орієнтованої спрямованості; навчання їх проектувати варіативні професійно спрямовані мовленнєві ситуації іноземною мовою; будувати відповідні діалоги, полілоги, монологи. Метою другого, комунікативно-діялісного етапу, був розвиток комунікативних умінь студентів. На третьому – рефлексивно-оцінному етапі закріплювались набуті комунікативні вміння щодо професійно спрямованого англійського мовлення, відбувалося стимулювання творчих проявів студентів щодо активного використання англійського мовлення у майбутній професії.

На підготовчому етапі було розроблено спецкурси «Англійська мова поглибленого вивчення» та «Ділова англійська мова»; система вправ для

кожного етапу та інший методичний супровід занять з іноземної мови; проведено семінар з викладачами, які були задіяні в експерименті.

Було розроблено дослідно-експериментальну роботу для студентів, яка охоплювала різноманітні види роботи з іноземної мови професійної спрямованості: імітаційно-ігрові форми навчання, ділові ігри, презентації, проектування, круглі столи, дискусії та ін.

Педагогічними умовами ефективного професійно-орієнтованого навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю було обрано:

- наявність комунікативно-професійної спрямованості навчання іноземної мови у вищому навчальному закладі економічного профілю;
- забезпечення професійно спрямованої позитивної мотивації у процесі навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю;
- використання міжпредметних зв'язків у процесі професійного навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю;
- занурення студентів в іншомовну імітаційно- рольову професійно спрямовану діяльність.

Результати прикінцевого експерименту засвідчили позитивні зміни розвитку професійно спрямованого іноземного мовлення майбутніх фахівців економічного профілю. Так, на високому рівні стало 40% (було 8%) студентів експериментальної групи, на достатньому – 36% (було 22%). На задовільному рівні залишилось 24% (було 40%). У контрольній групі відбулися тільки незначні зміни: високого рівня досягли 18% (було 10%), на достатньому стало 22% (було 18%), на задовільному – 46% (було 44%) і на початковому рівні залишилось 24% (було 30%).

Отже, запропонована нами експериментальна модель реалізації педагогічних умов професійно-орієнтованого навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю виявилася ефективною.

Перспективу подальшого дослідження вбачаємо у вивченні проблеми професійно-мовленнєвої іншомовної культури майбутніх фахівців міжнародної економіки.

### Список використаних джерел

1. Абдулина О.А. Общепедагогическая подготовка учителя в системе высшего педагогического образования/ О.А. Абдулина - М.: Просвещение, 1990. - 141с.
2. Аврамчук Л.А. Формування активної пізнавальної діяльності студентів /Л.А. Аврамчук // Педагогіка і психологія. – 1997. - №1. – С.122-125
3. Актуальные вопросы формирования интереса в обучении/ Под ред. Г.И. Щукиной. - М.: Просвещение, 1984. – 145 с.
4. Александрова Л.Г. Игровые лексические упражнения с использованием компьютера в самостоятельной работе студентов / Л.Г. Александрова // Методика викладання іноземних мов: Респ. наук.-метод. зб.- Вип.18. – К., 1989. – 118с.
5. Алімов С. Психолого-аналітичні аспекти використання методів активації творчого мислення студентів / С. Алімов// Психологія і суспільство. – 2005. - №1. – С.63-69.
6. Алифанова Е.М. Формирование коммуникативной культуры детей средствами театрализованных игр: дис.на соискание научной степени канд. пед. Наук: 13.00.04 – теория и методика профессионального обучения / Алифанова Е.М. - Волгоград, 2001.
7. Амонашвили Ш.А. Гуманно-личностный подход к детям./ Ш.А. Амонашвили - М.: Издательство института практической психологии, 1998.- 554с.
8. Англійська мова для аспірантів та наукових працівників/ Под ред. В. Шпака. – К., 2005. – 352с.
9. Андреева Г.М. Социальная психология./ Г.М. Андреева - М.: Изд-во Моск. ун-та, 1980. — 416 с.
10. Андреева Е.В. Особенности подготовки будущего учителя на основе антропологического подхода: автореф. дис. на соискание научной

степени канд. пед. наук: 13.00.08 – дошкільна педагогіка / Е.В Андреева – М., 2003. – 16 с.

11. Андрусенко В. Диспут на уроці літератури в гуманітарній парадигмі виховання / В. Андрусенко// Дієслово. - 1999.- №4.- С. 38-42.

12. Аникеева Н.П. Игра в педагогическом процессе / Н.П. Аникеева – Новосибирск, 1989. – 125 с.

13. Аникеева Н.П. Педагогика и психология игры / Н.П. Аникеева – М.: Просвещение, 1986, 178 с.

14. Аннюк Е. Аспекти формування потреби самовираження студентів в майбутній професійній діяльності / Е. Аннюк // Педагогіка вищої та середньої школи. – Кр. Ріг, 2006. – Вип.. 14. – С. 30-44.

15. Арутюнян М.Ю. Обратная связь в системе восприятия человека человеком / М.Ю. Арутюнян // Психология межличностного познания - М.: Просвещение, 1981.- 79с.

16. Асмолов А.Г. Психология личности / А.Г. Асмолов // М., МГУ, 1990. С.200-202.

17. Бабанский Ю.К. Оптимизация учебно-воспитательного процесса (методич. основы)/ Ю.К. Бабанский. – М.: Просвещение, 1982. – 105 с.

18. Байдурова Л.А., Шапошникова Т.В. Метод проектов при обучении учащихся двум иностранным языкам /Л.А. Байдурова, Т.В. Шапошникова // Иностранные языки в школе. – 2002. - №1. – С. 5-10.

19. Барцевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики / Ф.С. Барцевич // Київ. - Академвидав. - 2004.- 344 с.

20. Басова Н.В. Педагогика и практическая психология: учебное пособие/ Н.В. Басова. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2000.- 412с.

21. Білобровко Т. Професійна компетентність як базовий фактор гармонізації вищої освіти/ Т. Білобровко // Гуманітарний вісник: наук. – теорем. Зб. – Переяслав-Хмельницький. – 2006. – Спец. Випуск. – С. 49-54.

22. Бим И.Л. Личностно-ориентированный подход – основная стратегия обновления школы / И.Л. Бим // Иностранные языки в школе. – 2002. – №2. – С.18-21.
23. Бим И.Л. Цели обучения иностранному языку в рамках базового курса / И.Л. Бим // Иностранные языки в школе. - 1996.- №1.- С.46.
24. Богословский В.В. Психология воспитания школьника / В.В. Богословский. – М.: Просвещение, 1974. – 75 с.
25. Бондар В., Ярошенко О. Групова робота в дидактичній системі школи / В. Бондар, О. Ярошенко // Освіта і управління. – 2002. – Т. 5, №1. – С. 29-138.
26. Бордовская Н., Реан А. Педагогика / Н.Бордовская, А. Реан // Учебное пособие для вузов. – М.: СПб: Питер, 2007. – 304 с.
27. Борецовецька В. Навчання студентів-економістів англійської фахової лексики з урахуванням когнітивних стратегій / В. Борецовецька // Іноземні мови. – 2005. - №1. – С.26-30.
28. Брижатенко О. Можливості імітаційно-дидактичної гри у формуванні пізнавальної активності старшокласників / О. Брижатенко // Шлях освіти. – 2006. - №4. – С. 34-37.
29. Бугайко Ф.Ф. Навчання і виховання засобами літератури / Ф.Ф. Бугайко. - К.: Радянська школа, 1973.-176с.
30. Буланкина Н.Г. Формирование навыков и умений аутентичной разговорной речи при обучении ситуационным клише учащихся VI-VII классов / Н.Г. Буланкина // Иностранные языки в школе. – 1996. - №2. – С. 9-13.
31. Буряк В. Методологічний аспект побудови навчального процесу / В. Буряк // Вища школа. – 2007. - №1. – С.10-20.
32. Буряк В.К. Самостоятельная работа учащихся / В.К. Буряк. – М.: Просвещение, 1984. – 63 с.

33. Бушуев С.Д., Романов А.С. Построение диалоговых процедур деловых игр / С.Д. Бушуев, А.С. Романов // Программированное обучение: Республ. межвед. науч. сб. – Вып. 21. – К.: Вища школа, 1984. – С.79-85.
34. Валуєва К. Гра в процесі вивчення англійської мови / К.Валуєва // Англійська мова і література. – 2005. - №7. – С.2-5.
35. Ванштейн А. Игра как путь к гармонии: [Психологические игры: общие вопросы] / А. Ванштейн // Alma mater. – 1993. - №2. – С.23-31.
36. Васильева М.П. Формирование коммуникативных умений как компонента педагогической культуры будущего учителя: автореф. дис. на соискание науч. степени канд.пед.наук: 13.00.04 – теория и методика профессионального образования / М.П. Васильева. – Харьков, 1996. – 16 с.
37. Великий енциклопедичний словник / За ред. О. Прохорова. – К.: Генеза, 1991. – С. 495.
38. Великий тлумачний словник сучасної української мови/ За редакцією В.Т. Бусел. -К.: Ірпінь: ВТФ. "Перун", 2002.- 1440с.
39. Вербицкий А.А. Деловая игра как метод активного обучения / А.А. Вербицкий // Современная высшая школа. – 1982. - №3. – С. 129-142.
40. Вишневська К. Г. Визначення теоретичних основ імітаційно-рольового навчання у вищій школі / К.Г.Вишневська// Наука і освіта. Науково-практичний журнал Південного наукового Центру АПН України. - Одеса, 2005.- № 3-4. - С. 78-80.
41. Вишневська К. Г. Формування комунікативної культури студентів засобами ділових ігор на заняттях з іноземної мови / К.Г.Вишневська// Педагогіка вищої та середньої школи: зб. наук. пр. - Кривий Ріг: КДПУ, 2006. - №15.- С. 297-302.
42. Вишневська К. Г. Імітаційно - ігрове навчання як процес формування творчих здібностей студентів вищої школи / К.Г.Вишневська// Педагогічні науки: зб. наук. пр. Вип. 46. - Херсон: Видавництво ХДУ, 2007. - С. 190-193.
43. Вишневська К. Г. Дослідження проблеми використання імітаційно-

рольових форм навчання при вивченні іноземної мови майбутніми фахівцями з міжнародної економіки / К.Г. Вишнеvsька // Психолого-педагогічні проблеми сільської школи: Зб. наук. пр. Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини / Умань: ПП Жовтий О.О., 2009. – Випуск 31. - С.71- 78.

44. Вишнеvsька К. Г. Професійно-орієнтований підхід як засіб розвитку культури спілкування студентів на заняттях з іноземної мови / К.Г. Вишнеvsька // Вісник Черкаського університету. – Серія «Педагогічні науки». Випуск 166. Черкаси, 2009. – С. 27-31.

45. Вишнеvsька К. Г. Проблема спілкування та комунікації як складової імітаційно-рольового навчання студентів / К.Г. Вишнеvsька // Науковий вісник ПДПУ імені К.Д. Ушинського. Одеса, 2009. – Спец. випуск (ч. II). – С. 78-84.

46. Вишнеvsька К. Г. Професійно орієнтоване навчання засобами діалогічних ситуацій на заняттях у вищій школі / К.Г. Вишнеvsька // Науковий вісник ПНПУ імені К.Д. Ушинського: зб. наук. праць. Одеса, 2010. – Випуск 11-12. – С. 230-236.

47. Вишнеvsька К. Г. Проблеми професійно-орієнтованого навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю / К.Г. Вишнеvsька // Психолого-педагогічні проблеми сільської школи: зб. наук. пр. Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини / Умань: ПП Жовтий О.О., 2010. – Випуск 34. - С.89- 95.

48. Вища школа на порозі радикальних змін // Науково-освітній потенціал нації: в 3 кн. – К., 2004. – Кн.. 2. – С. 183-286.

49. Вікова психологія/ За редакцією Г.С. Костюка. – К.: рад. Школа, 1976. – 271 с.

50. Волкова Н.П. Педагогіка: посібник для студентів вищих навчальних закладів / Н.П. Волкова. - К.: Видавничий центр "Академія", 2001.- 576с.



51. Волошина Н.П., Пасічник Є.А. Концепція літературної освіти / Н.П. Волошина, Є.А. Пасічник. - К.: Віпол, 1993.-74с.
52. Востриков А.А. Теория, технология и методика продуктивной педагогики в начальной школе / А.А. Востриков. – Томск: изд-во Томск. ун-та, 1999. – 250 с.
53. Газман О.С. Социальные аспекты развития / О.С. Газман // Сов. педагогика. 1988. - №5. – С. 35-37.
54. Гамта Я. Формування пізнавальної самостійності студентів економічного коледжу засобами комп'ютерних навчальних ігор / Я. Гамта // Рідна школа. – 2005. - №11. – С.38-42.
55. Гареев Р. Профессионально-творческое развитие студентов / Р. Гареев // Высшее образование в России. – 2004. - №9. – С. 174-176.
56. Гладун І.Б. Про професійно-орієнтоване навчання іноземній мові як спеціальну технологію навчання / І.Б. Гладун // Нові технології. - 2009. - № 2 (24). - С. 66.
57. Голодюк Л. Як навчити учнів спілкуватися на уроці /Л. Голодюк// Рідна школа.-2001.- №9.- С. 35-38.
58. Гончаренко С.У. Український педагогічний словник/ С.У. Гончаренко. – К.: Либідь, 1997. – 607 с.
59. Горелов И.Н. Комунікація / И.Н. Горелов // Лінгвістичний енциклопедичний словник. - М., 1990.
60. Грехнев В.С. Культура педагогического общения: кн. для учителя/ В.С. Грехнев. — М.: Просвещение, 1990. — 144 с.
61. Грішнова О. Розвиток вищої освіти в Україні: тенденції, проблеми та шляхи їх вирішення / О. Грішнова // Вища школа. – 2001. - №2-3. – С.22-34.
62. Гриньова В.М. Формування педагогічної культури майбутнього вчителя (теоретичний та методичний аспекти): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня док. пед. наук: 13.00.04 – теорія та методика професійної

освіти/ В.М. Гриньова // Ін-т педагогіки і психології професійної освіти АПН України. – К., 2001. – 45 с.

63. Гужва Т. Английский язык. Разговорные темы. Для абитуриентов, слушателей курсов, студентов филологических факультетов / Т. Гужва // 2-е изд., исп.-К.: Тандем, 1997. -352с.

64. Давыдов В.В., Зинченко В.П. Принцип развития в психологии / В.В.Давыдов, В.П. Зинченко // Вопросы философии. 1980. - №12. – С. 47-60.

65. Данилов М.А. Теоретические основы обучения и проблема воспитания познавательной активности и самостоятельности учащихся / М.А. Данилов. – М.: Просвещение, 1972. – 98 с.

66. Дарійчук Л. Система освіти в Україні: реформування чи оновлення? / Л. Дарійчук // Вища школа. – 2004. - №1. – С. 29-41.

67. Дашкин М. Е. Коммуникативные умения специалистов системы «Человек-человек» как предметное содержание их подготовки: дис. на соискание науч. степени канд. пед. наук: 13.00.01 – общая педагогика и история педагогики/ М. Е. Дашкин. - М, 1999. - 134 с.

68. Дегтярева Ю.В. Обучение чтению на английском языке для деловых целей во взаимосвязи с другими видами речевой деятельности / Ю.В. Дегтярева // Іноземні мови. – 1998. - №1. – С. 42-45.

69. Деловая игра на практических занятиях: Активные методы обучения /Г.Н. Соловьев, В.Д. Никитин, Д.Б. Михайлов, В.В. Шарапов// Вестник высшей школы. – 1986. - №11. – С.35-37.

70. Демчук О. Урок - філософський діалог / О. Демчук // Українська мова і література в школі. - 2000.- №2.- С. 34-35.

71. Деркач А.А., Щербак С.Ф. Педагогическая эвристика: Искусство овладения иностранным языком / А.А.Деркач, С.Ф. Щербак. -М.: Педагогика, 1991. -224с.

72. Дидактика сучасної школи. Посіб. для вчителів/ Під ред. Оніщука. – К.: Рад. школа, 1987. – 187 с.

73. Добрынская Е.И. Свободное время и развитие личности / Е.И. Добрынская – М.: Просвещение, 1983.
74. Добрянський І. Вища освіта України: європейський вимір / І. Добрянський // Рідна школа. – 2005. - №9-10. – С. 12-15.
75. Долгополова Н.Ф. Развитие коммуникативных умений студентов-менеджеров в условиях университета: дис. на соискание науч. степени канд. пед. наук: 13.00.01 - общая педагогика и история педагогики / Н.Ф. Долгополова. - Оренбург, 1998. — 188 с.
76. Дон О. Дидактичні ігри / О. Дон // Шкільний світ. – 2001. - №35 (квітень).
77. Драч І.І. Організація навчального процесу у розвитку творчого потенціалу студентів вищих навчальних закладів / І.І. Драч // Проблеми освіти: наук. – метод. зб. – К., 2004. – Вип.. 35. – С. 187-194.
78. Дупленко Е.П., Злыгина Л.В. Деловая игра в помощь студентам / Е.П.Дупленко, Л.В. Злыгина // НТБ СССР. – 1989. - №2. – С. 39-41.
79. Елухина Н.В. Обучение аудированию в русле коммуникативно-ориентированной методики иностранного языка в школе / Н.В. Елухина – 1989. - №2. – С. 28-36.
80. Есипов Б.П. Самостоятельная работа учащихся на уроках / Б.П. Есипов – М.: Просвещение, 1961.
81. Жигірь В.І. Підготовка інженера-педагога економічного профілю до педагогічного проектування / В.І. Жигірь// Педагогіка і психологія формування творчої особистості: проблеми і пошуки: Зб.наук.пр. – Запоріжжя. – 2008. – Вип.48. – С.94-101.
82. Жигірь В.І. Рішення педагогічних задач як одна з умов формування педагогічних здібностей у підготовці економіста-педагога / В.І. Жигірь // Проблеми трудової і професійної підготовки: Науково-методичний збірник. – Слов'янськ: Слов'янський державний педагогічний університет. – 2008. – Випуск 12. – С. 70-76.

83. Жук Ю. Ринкова модель вищої освіти: якої їй бути / Ю. Жук // Освіта. – 2000. - №6-7.
84. Жуков Ю. М. Коммуникативный тренинг / Ю. М. Жуков. - М.: Гардарики, 2003. — 223 с.
85. Заболотська О.О. Теоретико-методичні засади формування індивідуальності майбутніх учителів-словесників у професійній підготовці: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. пед. наук спец. 13.00.04 - теорія і методика професійної освіти / О.О. Заболотська / - Одеса, 2007. - 40 с.
86. Залевская А.А. Введение в психолінгвістику / А.А. Залевская. - М. 1999
87. Запорожец А.В., Маркова Т.А. Игра и ее роль в развитии ребенка дошкольного возраста / А.В.Запорожец, Т.А. Маркова– М.: Просвещение, 1978.
88. Зимняя И.А. Психология обучения иностранным языкам в школе / И.А. Зимняя. - М.: Просвещение, 1991. -222с.
89. Зязюн І.А. Педагогічна майстерність: учбовий посібник для спеціалізованих вищих навчальних закладів / І.А. Зязюн - М.: Просвіта, 1989.- 302с.
90. Иваненко Л.Н. Социальные функции имитационных игр. Из практики курсового проектирования / Л.Н. Иваненко // Вестник высшей школы. – 1988. - №2. – С. 189.
91. Івченко А. Тлумачний словник української мови / А. Івченко - Харків.: Фоліо, 2002.- 493с.
92. Ігри, в яких можна навчатися// Ігри дорослих. Інтерактивні методи навчання. – К., 2005. – С. 84-129.
93. Иофннесян И. Игры на английском языке с использованием страноведческого материала / И. Иофннесян // Иностранные языки в шк. – 2006. - №2. – С. 61-63.
94. Кабанова-Меллер Е.Н. Психология формирования знаний и навыков у школьников. Проблема умственной деятельности: автореф. дис. на

соискание науч. степени канд. пед. наук / Е.Н. Кабанова-Меллер – М.: Просвещение, 1962. – 25 с.

95. Кавтарадзе Д.Н. Обучение и игра / Д.Н. Кавтарадзе // М.: Московский психолого-социальный институт. – Флинта – 1998.

96. Кан-Калик В.А., Никандров Н.Д. Педагогическое творчество / В.А. Кан-Калик, Н.Д. Никандров. - М.: Педагогика, 1990. - (Б-ка учителя и воспитателя). - 144 с.

97. Кан-Калик В.А. Педагогическое общение как предмет теоретического и прикладного исследования / В.А. Кан-Калик // Вопросы психологи. - 1985.- №14.- С. 71.

98. Капська А.І. Гра як активний метод навчання студентів майстерності слова / А.І. Капська // Рідна школа. – 1991. - №10. – С. 71-73.

99. Квієк М. Глобалізація і вища освіта / М. Квієк // Вища освіта. – 2001. - №4-5. – С. 107-119.

100. Кисла О.Г. Професійно-орієнтоване навчання хімії майбутніх фахівців харчової промисловості / О.Г. Кисла // Сумський технікум харчової промисловості НУХТ.

101. Китайгородская Г.А. Методические основы интенсивного обучения иностранным языкам / Г.А. Китайгородская – М.: Изд Моск. ун-та, 1986.- 42-77.

102. Ключев Е.В. Речевая коммуникация . Успешность речевого взаимодействия / Е.В. Ключев // М.- 2002

103. Кобзар О. Напрямки оптимізації навчального процесу вищого навчального закладу / О. Кобзар // Нові технології навчання: наук. – метод. зб. – К., 2003. – Вип. зн. – С. 10-18.

104. Кобзар О. Рольові ігри на уроках англійської мови / О. Кобзар // Англ. мова та література. – 2003. - №16. – С. 7-10.

105. Коломійцеві Т. English: Play and Learn (збірник навчальних ігор на уроці англ. мови) / Т. Коломійцеві // Англ. мова та література. – 2005. - №27. – С. 17-21.

106. Коломинский Я.Л. Психология личностных взаимоотношений в детском коллективе / Я.Л. Коломинский // Очерк социальной психологии школьного класса/. - Минск, 1989.- 280 с.
107. Коменский Я.А. Полное собрание сочинений / Я.А. Коменский // Т. 1, С. 119.
108. Кондрашова Л.В. Гуманизация учебно-воспитательного процесса школы: история, теория, поиски / Л.В. Кондрашова // Уч.-метод. пособ.: - Кр. Рог: КГПИ, 1996.- 74с.
109. Кондрашова Л.В. Игровой подход к обучению студентов культуре общения / Л.В. Кондрашова // Проблема імітаційно-ігрового підходу до організації навчального процесу у вищій школі: Зб. – Кр. Ріг, 2001. – С. 3-6.
110. Кондрашова Л.В. Методика подготовки будущего учителя к педагогическому взаимодействию с учащимися / Л.В. Кондрашова // Уч. пособ. М.: Издательство “Прометей” МГПИ им. В.И. Ленина, 1990. — 159 с.
111. Кондрашова Л.В. Проблеми вищої школи у світлі Національної доктрини розвитку освіти України / Л.В. Кондрашова // Вища освіта України. – 2003. - №1. – С. 39-44.
112. Кондрашова Л.В. Процесс обучения в высшей школе / Л.В. Кондрашова – Кр. Рог: ИВИ, 2000.-169с.
113. Кондрашова Л.В., Виевская М.Г., Савченко Л.А. Имитационно-игровое обучение в высшей школе / Л.В. Кондрашова, М.Г. Виевская, Л.А. Савченко – Кр. Рог, 2001. – 167 с.
114. Контроль в обучении иностранным языкам в средней школе/ Ред. – сост. В.А. Слободчиков. – М.: Просвещение, 1986. – 111 с.
115. Концепция коммуникативного обучения иноязычной культуре в средней школе: Пособие для учителя/ Под ред. Е.И. Пассова, В.В. Царьковой. – М.: Просвещение, 1993.
116. Концепція національного виховання // Початкова школа. - 1995.- №2.-С. 48-53.

117. Корнєва І. Навчання студентів економічного профілю вищих навчальних закладів України ділової англійської мови за методикою «занурення» / І. Корнєва // Іноземні мови. – 2004. - №4. – С. 54-58.
118. Корсак К. Нові міжнародні стандарти вищої освіти / К. Корсак // Науковий світ. – 2002. - №2. – С. 14-18.
119. Корсак К.В. Проблеми інтенсифікації участі студентів у навчальному процесі / К.В. Корсак // Педагогіка толерантності. – 2002. - №4. – С. 33-40.
120. Корсак К., Ляшенко Л. Майбутнє вищої освіти – професіоналізація / К.Корсак, Л. Ляшенко // Науковий світ. – 2002. - №4. – С. 14-15.
121. Костель Л., Іщенко Л. Використання рольових ігор для контролю самостійної роботи студентів / Л. Костель, Л. Іщенко // Вісник міжнарод. Дослід. Центру «Людина». – К., 2007. – Т.11. – С. 18-22.
122. Костенко Л.В. Вибране / Л.В. Костенко – Дніпро, 1989. – 617с.
123. Костюк Г.С. Навчально-виховний процес і психічний розвиток особистості / Г.С. Костюк – К.: Рад. школа, 1989. – 109 с.
124. Кочетова Е. Формирование элементов маркетинговой деятельности у студентов / Е. Кочетова // Начальная школа. – 2004. - №7. – С. 113-116.
125. Крєтова Н. Рольові ігри на уроках англійської мови як ефективний засіб гуманізації навчально-виховного процесу на початковому етапі / Н. Крєтова // Рідна школа. – 2005. - №3. –С. 52-54.
126. Кругма Р. Соціальні функції вищої освіти в перехідних умовах розвитку економіки України / Р. Кругма // Проблеми освіти: Наук.-метод. зб. – К., 2004 – Вип. 75. – С. 160-165.
127. Крюков М. Деловые игры и гуманитарные знания / М. Крюков // Alma mater. – 1991. - №10. – С. 22-366.
128. Крюков М.М. Парадоксы игровых методов высшей школы / М.М. Крюков – 1988. - №10. – С. 25-70.

129. Кудикіна Н. Ретроспективний погляд на формування сучасної моделі ігрової діяльності / Н. Кудикіна // Шлях освіти. – 2001. - №1. – С.46-49.

130. Кузнецов А.Н. Совершенствование содержания профессионально ориентированной иноязычной подготовки студентов агроинженерных вузов: дис. на соискание науч. степени канд. пед. наук: 13.00.08 – дошкольная педагогика, 13.00.02 - теория и методика обучения (иностранные языки, профессиональное образование) / А.Н. Кузнецов // Москва, 2003 р.

131. Кукуленко-Лук'яненко І.В. Вплив психокорекційних занять з англійської мови та становлення особистості студента / І.В. Кукуленко-Лук'яненко // Практ. психологія та соціальна робота. – 2002. - №1. – С.46-49.

132. Кулагин П.Г. Влияние межпредметных связей на усвоение программного материала в вечерней школе: автореф. дис. на соискание учен. степени канд. пед. наук спец. 13.00.02 - теория и методика обучения / П.Г. Кулагин - М., 1965. - 28 с.

133. Кулик М., Полухін А. На шляху оновлення змісту навчання / М. Кулик, А. Полухін // Вища освіта України. – 2003. - №1. – С.84-88.

134. Лазарев М.О. Основы педагогической творчости / М.О. Лазарев // Навч. посіб. для пед. ін-тів. Суми: ВВП "Мрія" - ЛТД, 1995 - 212 с.

135. Левченко Т.И. Современные дидактические концепции в образовании / Т.И. Левченко - К.: Вища школа, 1995.- 160с.

136. Леонтьев А.А. Педагогическое общение / А.А. Леонтьев - М.: Знание, 1979.- 270 с.

137. Леонтьев А.А. Язык, речь и речевая деятельность / А.А. Леонтьев - М.: Просвещение, 1969. – 214 с.

138. Лешкова Т.А. Экономическая игра на уроке английского языка / Т.А. Лешкова // Иностранные языки в школе. – 2006. - №1. – С. 33-36.

139. Лийметс Х.И. Групповая работа на уроке / Х.И. Лийметс – М.: Знание, 1975. – 62 с.



140. Лисина М.И. Проблемы онтогенеза общения / М.И. Лисина - М., 1986. -170с.
141. Личко Л. Формування у студентів-менеджерів англомовної професійно-спрямованої компетенції в говорінні / Л. Личко // Іноземні мови. – 2005. - №1. – С. 30-36
142. Лобанова В. Рольова гра на заняттях з англійської мови / В. Лобанова // Рідна школа. – 2002. - №10. – С. 51-52.
143. Ломов Б.Ф. Проблема общения в психологи / Б.Ф. Ломов // 3 кн.: М., 1981. - С. 3-24.
144. Лошкарева Н.А. О понятии и видах межпредметных связей / Н.А. Лошкарева // Советская педагогика - 1972. - № 6. - С. 48-56.
145. Мазар Ю.Л. Зворотний зв'язок у навчальному процесі / Ю.Л. Мазар // Проблеми вищої школи: Зб. – К., 1994. – Вип.. 79. – С. 38-45.
146. Максименко С. Психологічні проблеми модернізації освіти в Україні / С. Максименко // Освіта України. – 2004. - №10. – С. 4-6.
147. Максименко С.Д., Словієнко В.О. Загальна психологія / С.Д. Максименко, В.О. Словієнко // Навчальний посібник. - К.: МАУП, 200.- 256 с.
148. Мальковский Г. Домашнее чтение на английском языке в неязыковом вузе / Г. Мальковский // Іноземні мови. – 2005. - №4. – С. 28-31.
149. Мамчур І. Теорія гри та її пізнавальні можливості (історичний аналіз) / І. Мамчур // Рідна школа. – 2003. - №6. – С. 61-63.
150. Манилова Н.Я. Игра на уроке английского языка в школе / Н.Я. Манилова – 1997. - №1. – С. 25-27.
151. Мантула Т.І. Інтегроване викладання та міжпредметні зв'язки в історичному аспекті та сьогодні / Т.І. Мантула // Кіровоградський ОІППО імені Василя Сухомлинського.
152. Ментс М. Ролевая игра. Место ролевой игры в обучении / М. Линтс //Эффективное использование ролевых игр в тренинге. – СПб., 2002. – С. 23-108.

153. Мойсеюк Н.Є. Педагогіка / Н.Є. Мойсеюк – К.: Освіта, 1999. – 350 с.
154. Морозенко В.В. Типы учебных словарей по английскому языку для вузов неязыковых специальностей / В.В. Морозенко // Иностранные языки в высшей школе: Сб. статей. – М., 1985. – С. 37-49.
155. Морозов В.В., Савченко Л.О. Можливості ігрового навчання як процесу підвищення діалогічного наспілу кування майбутніх педагогів / В.В. Морозов, Л.О. Савченко // зб. наук. пр. Кривий ріг: КДПУ.- №11.-2005. С. 200 - 2006.
156. Морозова Н.Ш. Вчителю про пізнавальний інтерес / Н.Ш. Морозова – К.: Рад. школа, 1987. – 86 с.
157. Мудрик А. В. Общение как фактор воспитания школьников: дис. на соискание науч. степени док. пед. наук: 13.00.04 – теорія и методика профессионального образования / А. В. Мудрик - Москва, 1980. — 414 с.
158. Мухина Т.К. Диалог как форма оптимизации педагогического процесса / Т.К. Мухина // Сов. педагогика.-1989. - №10. - С. 74-78.
159. М'ясоїд П.А. Загальна психологія / П.А. М'ясоїд // Навч. пос. - К.: Вища школа, 1998. – 479 с.
160. На шляху до європейського простору вищої освіти: відповіді на виклики глобалізації// Освіта України. – 2007. - №41. – С. 57.
161. Національна доктрина розвитку освіти України в ХХІ ст.// Завуч. – 2001. – Липень (Шкільний світ).
162. Немов Р. С. Психология / Р. С. Немов // в 3 кн.: учеб. для студентов высш. пед. учеб. заведений. Кн. 1. М.: Владос, 2000. — 686 с.
163. Нехорошева А.В. Из опыта работы по проектной методике / А.В. Нехорошева // Иностранные языки в школе. – 2002. - №1. – С. 18-21.
164. Ніколаєва С.Ю. Методика навчання іноземних мов у середніх навчальних закладах / С.Ю. Ніколаєва / Підручник для студентів вищих навчальних закладів освіти. - К.: Ленвіт, 1999.- 319с.

165. Ніколаєва С.Ю, Бігіч О.Б., Смелякова Л.П. Методика викладання іноземних мов у середніх навчальних закладах / С.Ю. Ніколаєва, О.Б. Бігіч, Л.П. Смелякова // Підручник. - К.: Ленвіт. 2002.- 328 с.
166. Ніколаєнко С. Вища школа змінює підходи / С. Ніколаєнко // Урядовий кур'єр. – 2006. - №212. – С. 8
167. Нісімчук А.С., Падалка О.С. Сучасні педагогічні технології / А.С. Нісімчук, О.С. Падалка // Навч. пос. - К.: Просвіта, 2000.- 368 с.
168. Онищенко К.І. Ігровий компонент у навчанні техніки читання англійською мовою / К.І. Онищенко // Іноземні мови. – 1995. - №1. – С. 15-47.
169. Осадчук Р. Використання словесно-діалогічних методів у навчальному процесі / Р. Осадчук // Історія в школі.- 1999.- №7.- С. 12.
170. Осідчак В. Система контрольних завдань для визначення рівня сформованості англійської граматичної компетенції / В. Осідчак // Іноземні мови. – 2004. - №4. – С. 33-40.
171. Остапенко В. Вхідження України в європейський простір: деякі можливості ВНЗ України / В. Остапенко // Нові технології навчання. – К., 2005. – Вип.. 41. – С. 18-23.
172. Охредько О. Школа гри як один з шляхів розвитку життєтворчості особистості / О. Охредько // Така проста гра. – 2005. - №2. – С. 26-29.
173. Павицкая З.И. Формирование коммуникативных умений студентов в условиях аудиторного обучения: дис. на соискание науч. степени канд. пед. наук: 13.00.08 – дошкольная педагогика / З.И. Павицкая - Казань, 1999. — 175 с.
174. Павлова С.В. Обучение иностранному произношению на коммуникативной основе / С.В. Павлова // Иностранные языки в школе. – 1990. - №1. – С. 29-32.
175. Паламарчук В.Ф. У пошуках нестандартного уроку / В.Ф. Паламарчук // Рад. школа – 1991. - №1. – С. 65-66.

176. Палей О.И. Урок-деловая игра «Английский язык для молодых бизнесменов / О.И. Палей // Иностранные языки в школе. – 2002. - №1. – С. 54-57.
177. Палюк Л.Г. Проблема обучения устному деловому общению будущих специалистов банковской сферы / Л.Г. Палюк // Іноземні мови. – 1999. - №3. – С. 41-44.
178. Панферов В.Н. Психология общения / В.Н. Панферов // Вопросы психологии. - 1972.-№7.-С. 11
179. Пасічник Є.А. Методика викладання в середніх навчальних закладах / Є.А. Пасічник // Навч. пос. -К.: Ленвіт, 2000.- 383 с.
180. Пассов Е.И. Урок иностранного языка в средней школе / Е.И. Пассов – М.: Просвещение, 1988. – 223 с.
181. Пассов Е.И. Учитель иностранного языка, мастерство и личность / Е.И. Пассов – М.: Просвещение, 1983. – 207 с.
182. Пассов Е.И. Коммуникативный метод обучения иностранному языку / Е.И. Пассов – М.: Просвещение, 1991. – 159 с.
183. Пахомова О. Засоби формування стійкої мотивації у студентів при вивченні англійської мови / О. Пахомова // Педагогіка вищої та серед. школи. – Кр. Ріг, 2004. – Вип.. 8. – С. 199-205.
184. Пащенко Т. Засоби активації пізнавальної діяльності в процесі самостійної роботи студентів / Т. Пащенко // Нові технології навчання: Наук. – метод. зб. – К., 2004. – Вип.. 39. – С. 195-206.
185. Педагогика и психология игры: Межвузовский сборник научной трактовки. – Новосибирск: НГПИ, 1985.
186. Перкас С.В. Ролевые игры на уроке английского языка / С.В. Перкас // Иностранные языки в школе. – 1999. - №4. – С. 21-23.
187. Петранговська Н. Формування вмінь англомовних професійно спрямованих монологів – міркувань при навчанні студентів немовних вищих навчальних закладів / Н. Петранговська // Гуманітарний вісник: Наук. – теорет. зб. Переяслав-Хмельницький, 2006. – Спец. вип.. С. 385-389.

188. Петровская Л.А. Компетентность в общении. Социально-психологический тренинг / Л.А. Петровская // М., 1989.
189. Пивняк Г. Вища освіта в контексті регіональних програм / Г. Пивняк // Джерело. – 2004. - №17-18. – С. 4.
190. Підласий І.П. Педагогіка / І.П. Підласий – М.: Просвещение, 1999. – 462 с.
191. Погосян В.М. Использование хозяйственных ситуаций в деловой игре / В.М. Погосян // Проблемы, высшей школы: Респ. науч. – метод. сб. – К., 1992. – Вып. 76. – С. 74-79.
192. Погосян В.М., Куленко С.В. О методике оценки знаний в процессе деловой игры / В.М. Погосян, С.В. Куленко // Проблемы высшей школы: Респ. науч.-метод. сб. – Вып. 62. – К., 1987. – С. 46-54.
193. Професійне становлення майбутнього вчителя: монографічний огляд/ За редакцією д.п.н., професора Л.В.Кондрашової. - Кривий Ріг, 2006. – 327 с.
194. Психологический словарь / Под редакцией А.В. Головина. - М.: Издательство политической литературы, 1990.- 493 с.
195. Радченко Н. Розвиток мовної особистості шляхом використання ігрових форм роботи / Н. Радченко // Англ. мова та літ. – 2007. - №9. – С. 5-8.
196. Развитие школьников в процессе обучения / Под редакцией Л.В. Занкова.- М.: Просвещение, 1967.- 238 с.
197. Решетников В.И. Земельное право России / В.И. Решетников // Курс лекций. - М.: Щит-М, 2003. - 297 с.
198. Розин. В.М. Психология и культурное развитие человека / В.М. Розин. – М., 1993. – 204 с.
199. Романовський О. Вища освіта: залежність від проблем суспільства / О. Романовський // Рідна школа. – 1999. - №6. – С. 8-11.
200. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии / С.Л. Рубинштейн – Т.2. – М.: Педагогика, 1989. – 423 с.

201. Рубинштейн С.Л. Проблема способностей и вопросы психологической теории / С.Л. Рубинштейн // Вопросы психологи, 1960, №3 (Сб. Хрестоматия по возрастной и педагогической психологи. М., МГУ, 1981. – С.55).
202. Рябченко В. Деякі концептуальні проблеми навчання і виховання студентів у сучасних вищих навчальних закладах України / В. Рябченко // Вища освіта України. – 2005. -№3. – С. 40-45.
203. Савченко О.Ю. Игры на уроках английского языка / О.Ю. Савченко // Иностранные языки в школе. – 1992. - №2. - С. 39-40.
204. Садова В.В. Комуникативна культура – важлива умова педагогічної творчості вчителя / В.В. Садова //Зб. наук. пр. Формування активної, творчої особистості в навчальному процесі школи та вузу.-Кривий Ріг, КДПУ 1997 - 267. С.196-203.
205. Саринцев Г.И. Теория, методика и технология обучения / Г.И. Саринцев // Педагогика.-1999.-№2.-С. 44.
206. Сащак Н. Викладання ділової англійської мови в технічному ВНЗ/ Н. Сащак // Педагогіка і психологія. – 2006. - №2. – С. 55-60.
207. Саюк В. Ігрові методи та їх дидактичне значення / В. Саюк // Рідна школа. – 2001. - №4 (квітень).
208. Свириденко М. Ділові ігри як один із методів нових технологій навчання / М. Свириденко // Гуманітарний вісник: Наук.–теорет. зб. – Переяслав-Хмельницький, 2006. – Спец. вип. – С. 447-453.
209. Селенко Г. Игровые технологии / Г. Селенко // Школьные технологии. – 2006. - №4. – С. 23-33.
210. Селевко Г. К. Современные образовательные технологии / Г.К. Селевко // Уч. пос. - М: Народное образование, 1998. — 256 с.
211. Семенчук Ю. Комплекс вправ для навчання студентів економічних спеціальностей англійської термінологічної лексики / Ю. Семенчук // Іноземні мови. – 2004. - №3. – С. 24-33.

212. Симкин Г.Н. Бирюзовая книга Китая / Г.Н. Симкин // Человек. 1992, №2. С.26-34.
213. Синиця І.О. Психологія усного мовлення / І.О. Синиця - К.: Радянська школа, 1974. 289с.
214. Сінкевич Г.С. Пісня на уроці англ. мови / Г.С. Сінкевич // Іноземні мови в школі. – 2002. - №1. – С. 36-38.
215. Система вищої освіти України в контексті Європейського освітнього простору: позитивні результати і застереження// Педагогічна газета. – 2006. - №12. – С. 1-2.
216. Скуратівські Г. Навчання писемного англійського професійного мовлення студентів фінансово-економічних спеціальностей / Г. Скуратівські // Іноземні мови. – 2002. - №4. – С. 45-48.
217. Слостенин В.А., Подымова Л.С. Педагогика: инновационная деятельность / В.А.Слостенин, Л.С. Подымова – М.: Прометей, 1997. – 268 с.
218. Слостенин В.А. Гуманистическая парадигма педагогического образования / В.А. Слостенин. – М.: Владос, 2004. – 564 с.
219. Слостенин В.А. Формирование личности учителя советской школы / В.А. Слостенин // Педагогическое образование и наука. – 2—4. - №5. – с.4 – 16.
220. Слезенко А. Місце рольових ігор у вивченні англійської мови / А. Слезенко // Рідна школа. – 2006. - №5. –С. 50-54.
221. Сметанський М. Методологічні засади активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів / М. Сметанський // Шлях освіти. – 2000. - №4. – С. 9-13.
222. Солдатченко А.Л. Система формирования коммуниктивности старшеклассников общеобразовательной школы: дис. на соискание науч. степени канд. пед. наук: 13.00.01 – общая педагогика и история педагогики / А.Л. Солдатченко - Магнитогорск, 2001. — 186 с.
223. Сорокина Г.М. Дидактический комплекс деловых игр / Г.М. Сорокина // Вестник высшей школы. – 1987. - №8. – С. 40-44.

224. Социальная психология/ Под редакцией А. Петровского. - М.: Просвещение, 1974.- 289 с.
225. Соянц П., Бебих В. Формування у студентів умінь англомовного професійного спілкування з використанням інформаційних технологій / П. Соянц, В. Бебих // Іноземні мови. – 2004. - №3. – С. 40-44.
226. Старков А.П. Обучение английскому языку в средней школе / А.П. Старков - М., 1976.
227. Степко М. Вища освіта України: наступні етапи модернізації / М. Степко // Освіта України. – 2004. - №54-55. – С. 4-5.
228. Столович Л.Н. Искусство и игра / Л.Н. Столович // Эстетика. – М.: Знание, 1987.
229. Страхов И.В. Психология педагогического такта / И.В. Страхов - Саратов: СПИ, 1966. – 310 с.
230. Стрелец Б.И. Квазипрофессиональная деятельность и имитационная игра в вузе / Б.И. Стрелец // Вест. высш. шк. – 1989. - №8. – С. 70-72.
231. Стрельников В. Роль ігрових технологій навчання у професійному розвитку студентів / В. Стрельников // Нові технології навчання: Наук.-метод. зб. – К., 2004. – Вип. 37. – С. 37-48.
232. Стрельников В. Соціально-психологічний тренінг у формі ділової гри – ефективна технологія навчання у вищій школі / В. Стрельников // Нові технології навчання: Наук.-метод. зб. – К., 2004. – Вип. 37. – С. 168-177.
233. Стронин М.Ф. Обучающие игры на уроке английского языка / М.Ф. Стронин -М., 1992.
234. Сундукова Л.М. Рольова гра на уроці англійської мови / Л.М. Сундукова // Нові технології навчання: Наук.-метод. зб. – К., 1996. – Вип. 18. – С. 89-93.
235. Сухомлинский В.А. Как воспитать настоящего человека. педагогическое наследие / В.А. Сухомлинский // Сост. О.В. Сухомлинская. – М.: Педагогика, 1990. – 288 с.



236. Сухомлинський В.О. Сто порад учителям / В.О. Сухомлинський// Вибрані твори: В 5т. - К.: Вища школа, 1976.- Т.2.- 278 с.
237. Тарнопольский О.Б. Методика обучения английскому языку для делового общения : учеб. пособие / О.Б. Тарнопольский, С.П. Кожушко -К. : Ленвіт, 2004. - 30 с.
238. Татьянченко Д. В., Воровщиков С. Г. Общеучебные умения: очарование очевидного / Д. В. Татьянченко, С. Г. Воровщиков - Челябинск: Челяб. ЦНТИ, 1996. — 86 с.
239. Ташев А.К., Христенко В.Б. Изучается эффективность игровых методов / А.К. Ташев, В.Б. Христенко // Вестн. высш. школы. – 1985. - №6. – С. 33-35.
240. Ташкинов А., Лалетин В. Формирование общих и профессиональных компетенций при инновационных технологиях обучения / А.Ташкинов, В. Лалетин // Высшее образование в России. – 2007. - №1. – С. 128-134.
241. Терлецька Л. Основи моделювання ролевих ігор у тренінгу партнерського спілкування: (практикум) / Л. Терлецька // Психолог. – 2003. - №37 (жовтень).
242. Тополова В.М. Методика навчання соціо-культурного компонента англійської мови в технічному вузі / В.М. Тополова // Іноземні мови. – 1998. - №4. – С. 32-34.
243. Уайзер Г.М., Климентенко А.Д. Развитие устной речи на английском языке / Г.М. Уайзер, А.Д. Климентенко - М., 1992.
244. Урок, як діалог з учнями в процесі навчання// Педагогічна майстерність/ За ред. І.А. Зязюна. – К.: Освіта, 1997. – С. 268-287.
245. Устименко О. М. Навчання створення фахової документації англійською мовою студентів факультетів зовнішньоторговельної діяльності: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук: 13.00.02 - теорія і методика навчання /О.М. Устименко // К., 2002. - 22 с.

246. Ушинский К.Д. Педагогические сочинения в шести томах / К.Д. Ушинский – М.: Педагогика, 1990. – Т. 2. – С.406.
247. Философский энциклопедический словарь. - М.: Советская энциклопедия, 1983. - С. 447
248. Формирование интереса к учению у школьников/ Под ред. А.К. Макаровой. – М.: Педагогика, 1986.
249. Хараш А.У. К определению задач и методов социальной психологии в свете принципа деятельности / А.У. Хараш // В кн.: Теоретические и методологические проблемы социальной психологии. - М., 1977. - с. 21-32.
250. Холод Б., Тарновольський О. Навчання ділової англійської мови та вища освіта в Україні / Б. Холод, О. Тарновольський // Вища школа. – 2006. - №4. – С. 46-51.
251. Хуторской В.М. Современная дидактика / В.М. Хуторской // Учебное пособие. 2-е изд., перераб. – М.: Высш. шк., 2007. – 639 с.
252. Царькова В.Б. Типологические признаки речевых упражнений / В.Б. Царькова // Иностранные языки в школе. – 1980. - №3. – С. 9-13.
253. Цигилик І., Бибик Я. Ділові ігри в навчальному процесі при підготовці спеціалістів економічних служб / І. Цигилик, Я. Бибик // Вища школа. – 2002. - №4-5. – С. 50-67.
254. Чернилевский К.С. Технология обучения в средней специальной школе / К.С. Чернилевский // Учебное пособие для вузов. – К.: Высш. шк. 1990 – 198с.
255. Чурсина А.Д. Формирование коммуникативно-познавательных умений у студентов средствами новых информационных технологий: дис. на соискание науч. степени канд. пед. наук: 13.00.08 – дошкольная педагогика / А.Д. Чурсина - Челябинск, 2002. — 207 с.
256. Шанигін В.Ф. За допомогою систем колективного використання / В.Ф. Шанигін // Вісник вищої школи. – 1981. - №4. – С. 29-31.

257. Шаповалова Л.А. Методика розв'язування задач міжпредметного змісту в процесі навчання фізики в загальноосвітній школі: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук: 13.00.02 - теорія і методика навчання/ Л. А. Шаповалова. - К., 2002. - 20 с.

258. Шевандрин Н. И. Социальная психология в образовании / Н. И. Шевандрин - М.: ВЛАДОС, 1995. — 544 с.

259. Шеин С.А. Диалог как основа педагогического общения / С.А. Шеин // Вопросы психологии. - 1991.- №1.- С. 44-50.

260. Шмир М. Ф., Міжпредметні зв'язки при викладанні іноземної мови як один із засобів формування конкурентоспроможності майбутніх фахівців / М.Ф. Шмир // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна №14. – с. 259-268.

261. Штерн В. Цитаты по кн.: Эльконин Д.Б. Основная единица развернутой формы игровой деятельности. Социальная природа ролевой игры / В. Штерн // Хрестоматия по возрастной и педагогической психологии, М., МГУ, 1981. С.64

262. Шубин Э.П. Языковая коммуникация и обучение иностранным языкам / Э.П. Шубин - М.: Просвещение, 1972. – 350 с.

263. Шульга. Л. Ігрові методики і їх роль у навчально-виховній роботі/ Л. Шульга. // Рідна школа, - 2002. - №10. - С. 49-51.

264. Шюц А. Структура повседневного мышления / А. Шюц // Социологические исследования - 1988, № 2.

265. Щедровицкий Г.П. Методологические замечания к педагогическому исследованию игры / Г.П. Щедровицкий //Хрестоматия по возрастной и педагогической психологии. М., МГУ, 1981. С.75.

266. Щепкина Е. Учебный процесс: взгляд изнутри / Е. Щепкина // Высшее образование в России. – 2001. - №5. – С. 49-51.

267. Щербань П.М. Навчально-педагогічні ігри у вищих навчальних закладах / П.М. Щербань // Навч. посіб. – К.: Вища школа, 2004. - 207 с.

268. Щербань П.М. Національна спрямованість – неодмінна умова підвищення ефективності вищої освіти / П.М. Щербань // Вища освіта України. – 2006. - №2. – С. 107-116.

269. Щукина Г.И. Активизация познавательной деятельности учащихся в учебном процессе / Г.И. Щукина – М.: Просвещение, 1979. – 171с.

270. Щукина Г.И. Педагогические проблемы формирования познавательного интереса учащихся / Г.И. Щукина – М.: Педагогика, 1988. – 123 с.

271. Щукина Г.И. Формирование познавательных интересов учащихся в процессе обучения / Г.И. Щукина – М.: Просвещение, 1971. – 115 с.

272. Якиманская И.С. Развитие пространственного мышления школьников / И.С. Якиманская. – М.: Педагогика. 1980 – 240 с.

273. Яременко Г.І. Корируючи лабораторні завдання з англійської мови для студентів немовного вузу / Г.І. Яременко // Методика викладання іноземних мов: Респ. наук.-метод. зб. – К., 1989. – Вип.. 18. – С. 73-77.

274. Яровець О.І. Психологічні аспекти формування малих груп при проведенні рольової гри / О.І. Яровець // Історія та правознавство. – 2006. - №36. – С. 7-9.

275. Berger, Peter L. and Luckman, Thomas Language and knowledge in everyday life' in language in Education Open University set book, Routledge and Kegan Paul / Berger, L. Peter, Luckman, Thomas – 1972.

276. Bruner, Jerome S. The Relevance of Education, Penguin / Bruner, S. Jerome – 1974.

277. Bruner J. S. Jolly A. and Sylva K. (eds.) Play: its development and evolution, Penguin / J. S. Bruner, A. Jolly, K. Sylva.

278. Dorry, Certrude Nye. Comes for second language learning. Ney York: McCrow / Dorry, Certrude Nye. - Hill Book Co., 1966.

279. Effective techniques for English conversation groups. Julia M. Dabson. Third USIA reorinting, 1992.

280. Hutchinson T. English project 2 / T. Hutchinson – Oxford University Press, 1997.
281. LaForge, Paul C. «Community language learning: A pilot study», language learning / LaForge, C. Paul // Vol. 21, No. 1, June 1971.
282. Langer, Susanne (1963) Learning in a New Key, Harvard University Press.
283. Lavrova S. Using project work in the mix-ability classes / S. Lavrova // English. – December 2002. - №47. – p. 34.
284. Piaget, Jean Play, Dreams and Imitations, Routledge and Kegan Paul / Piaget, Jean – 1972.
285. Way, Brian Development Through Drama, Longman / Way, Brian – 1967.
286. Wilkinson, Andrew The Foundations Of Language, Oxford University Press / Wilkinson, Andrew – 1971.

## Додаток А

### Анкета для викладачів

1. Назвіть фактори, що забезпечують результативність взаємодії викладача і студента на заняттях з іноземної мови.
2. В якій ролі виступає студент на занятті: об'єкт чи суб'єкт навчального процесу?
3. Що Ви розумієте під нетрадиційними формами навчання іноземної мови?
4. Які умови, на Вашу думку, забезпечили високу результативність оволодіння студентами іноземної мови?
5. Ви задоволені кількістю годин з іноземної мови на економічних факультетах ТВНЗ? – Так, ні (необхідно підкреслити).
6. Якими програмами професійно-спрямованого навчання майбутніх фахівців економічного профілю Ви користуєтесь? - Типовими, що затверджені МОН України, авторськими, розробками викладачів інших ВНЗ, зарубіжними, робочими, розробляю власноруч (необхідне підкреслити).
7. Якою методикою Ви користуєтесь у роботі зі студентами? – Традиційною за загальними підручниками з іноземної мови; професійно-орієнтованою, інноваційною (вказати якою).
8. Які методи і форми навчання переважають у процесі Вашої роботи зі студентами?
9. Яким чином здійснюється контроль за процесом і результатом засвоєння студентами знань з іноземної мови?
10. Як Ви розумієте поняття «професійно-орієнтоване навчання»?
11. Чи використовуєте Ви імітаційно-рольові ігри на заняттях з іноземної мови?

## Додаток Б

### Завдання для контролю знань студентів третього курсу спеціальності «Міжнародна економіка».

*Загальна мета:* встановити рівень сформованості навичок практичного володіння англійською мовою в різних видах мовленнєвої діяльності в обсязі тематики, зумовленої професійними потребами, користування усним монологічним та діалогічним мовленням у межах побутової, суспільно – політичної, загальноекономічної та фахової тематики.

#### I. Фонетика

*Мета:* встановити рівень сформованості знань фонетичних норм англійської мови.

1. Написати транскрипцію наступних груп слів (в кожній групі є пара омофонів)

1. a) wore    b) ware    c) war
2. a) where    b) wear    c) ware
3. a) two    b) too    c) to
4. a) here    b) hear    c) hare
5. a) through    b) throw    c) threw
6. a) know    b) now    c) no
7. a) howl    b) whole    c) hole
8. a) write    b) right    c) rite
9. a) there    b) they're    c) their
10. a) aren't    b) ant    c) aunt

2. Зазначити висхідну та спадаючу інтонації у запропонованих діалогах:

I

Derek: And after that, if she's got time, she wants you, Dave, to explain the IT systems. She seems very interested in the technical side of things.

Dave: Ok, fine.

Derek: So, it's accounts first, then IT, personnel, sales and marketing, and then me, at the end of the day. This is going to be a long, important day for all of us, so let's do our best, shall we?

II

Derek: They think very highly of her at Head Office. To be honest, I was impressed myself.

Dave: Just because she's got an MBA, she thinks she is really special, doesn't she?

Derek: Oh, Dave, don't judge her until you know what she's like. She looks very calm, intelligent, business-like and organized.

Dave: She is taking my job, do I have to respect her for her qualities?

## II. Граматика

*Мета:* встановити рівень сформованості знань нормативної граматики сучасної англійської мови.

**1. Позначте літеру, яка відповідає підкресленій частині речення, що містить помилку**

1. Well, Ollie, I would like to have my photo take

**A B C D**

2. Helen and her team had been carrying out this experiment since 1999

**A B C D**

3. They saw the swan to swim in the pond near the castle.

**A B C D**

4. Jim was upset last night because he had to do too many homeworks.

**A B C D**

5. These televisions are quite popular in Europe, but those is not.

**A B C D**

## 2. Виконайте тестові завдання

1. I hear you have started a new job. \_\_\_\_\_ like it?

a)How do you

b)How



c)What you

d)What do you

2. I really have to go now. I have \_\_\_\_\_ the doctor.

a)appointments to

b)an appointment to

c)appointment with

d)an appointment with

3. I can meet you at Central Station. Will \_\_\_\_\_?

a)convenient for you

b)that convenient

c)that be convenient

d)you be convenient

4. I don't have any results for you today. I \_\_\_\_\_ tomorrow.

a)have any

b)may have any

c)have some

d)may have some

5. I would rather \_\_\_\_\_ a quiet cup of coffee in the office than sit in a noisy cafe.

a)have

b)to have

c)prefer

d)prefer to have

### III. Лексика

*Мета:* встановити рівень сформованості лексичних та синтаксичних знань, наявність навичок вживання професійних термінів та складних лексико – синтаксичних форм, широти лексичного діапазону.

1. Прочитайте текст, вставте замість крапок загальноєкономічні терміни, що зазначені в таблиці.

recession	share price	debt	stock market	investment
forecast	bankruptcy	dividend	revenues	

It has been a disappointing year for Smithson, and our..... for the next six months is that things will get even worse. In the UK, Smithson made a loss of £50 million on..... of £1 billion and because of a continuing ..... in the Asian economy and slow economic growth in Europe, profits from abroad, where Smithson has most of its activities, have also continued to fall.

Reflecting this performance, which was much worse than expected, the ..... fell 30 percent to 16.1 p on the London ..... yesterday. Of course, there is no question of a..... this year, and shareholders are becoming increasingly angry. Smithson plans to reduce its ..... in plant and equipment over the coming two years as part of its effort to return to profitability, in any case, ..... Smithson would be unable to borrow more in order to invest: the company has increased its..... by 90 percent over the last three years, and may soon be unable to make repayments – the lenders are becoming very nervous, if things go on as they are, there is a real risk that Smithson will face..... before long.

2. Уважно прочитайте текст. Деякі рядки вірні, а деякі містять зайве слово. Біля вірних рядків поставте «+», а зайве слово напишіть біля рядка за поданим прикладом:

### TIPS ON ERROR DETECTION

- 0 We asked teachers how students were coping with the error.....+
- 00 detection exercise in the exam. The most teachers said.....the
1. students enjoy looking for more errors; the task was often seen .....
  2. as a competition to see who could find the most of errors.....
  3. The examiners' reports of included tips to help students.....
  4. achieve the best of possible results in the exam.....
  5. To read to the end of the sentence before you decide.....
  6. if a line is correct or incorrect. The any evidence that.....
  7. a line is incorrect may be in the part of the sentence.....

8. on the next line. Pay particular attention to each.....:
9. articles, the relative pronouns and prepositions.....:
10. Another of problem may be auxiliary and modal verbs.....:
11. In the error detection text there may be a final line which.....:

3. За допомогою поданої жирним шрифтом лексичної одиниці створіть речення, яке за змістом аналогічне запропонованому.

**Example:** I had only just said goodbye to John when Maria turned up  
*Hardly*

*Hardly had I said* goodbye to John when Maria turned up

1. There has never been a time when I didn't like music

*fond*

I ..... music.

2. I don't think he's likely to come to work today.

*probably*

He ..... to work today.

3. He did quite badly in the last exam.

*well*

He ..... in the last exam.

4. She doesn't smoke as much as she used to

*less*

She ..... she used to.

5. The teacher's voice was too quiet.

*loudly*

The teacher ..... enough.

6. I haven't been to a party as enjoyable as this for ages

*been*

Rarely ..... to a party as enjoyable as this.

7. As soon as she finished her chocolate, she started eating an ice – cream.

*finished*

Scarcely..... when she started eating an ice – cream.

8. She came into the room as soon as I left

*sooner*

No..... than she entered the room.

9. You must work harden

*working*

You..... enough.

10. I'll have finished the book in a very short while

*long*

It won't..... finished the book.

### III. Діалогічне мовлення

*Meta*: встановити рівень вмінь здійснювати інтеракцію спонтанно і поширено, користуватися широким лексичним репертуаром у т.ч ідіоматичними виразами та колоквіалізмами.

1. **HCPS** – це медичний центр в Женеві, який надає послуги та консультацій заможним пацієнтам. Після поглинання компанією **HCP**, політика компанії стала більш централізованою, отже усі рішення приймаються адміністрацією в головному офісі, яка не володіє інформацією про локальні проблеми. Разом з співрозмовником обговоріть ситуацію, яка склалась в компанії та запропонуйте можливі рішення щодо вирішення проблем.

#### Background

a) A lot of middle managers are really confused about who they should report to. We know management are planning reorganization, but isn't it time they told us what's happening?

b) Several department heads are unhappy because they can't get a quick answer when they want to spend money, even small sums. When they ask their

present line manager for authority to buy something, for example, a piece of equipment, the usual reply is 'it's not up to me anymore.

2. Обговоріть со співразмовником умови взаємовигідної угоди, яка може стати основою для довгострокових плідних відносин між компанією-виробником та компанією-дистриб'ютером.

### Background

The Kim Guitar Company (KGC) in Seoul, South Korea, makes electric guitars for Japanese manufacturers and distributors in Europe and the US

A major US distributor, Ashbury Guitars, has contacted KGC about marketing a range of guitars under its own brand name for the Californian market. Ashbury Guitars is a well-established company with an up-market image. It has had no previous dealings with KGC. Ashbury's owner, Richard Grant, plans to put three models on the market: the Ashbury SG 1000 (the most expensive model), the SG500 and the SG200. The body of the guitars will have an experimental shape as well as advanced technical features.

It is now early January. KGC has agreed to manufacture the guitars for Ashbury, even though it is a very busy time of the year for them. The two companies have had some initial correspondence by e-mail and now a face-to-face meeting is required.

Several points of the contract need to be negotiated. KGC's owner, David Kim, has flown to San Francisco to meet Richard Grant. At the meeting, the Marketing Director of each company will be present. The purpose of the meeting is to make a deal acceptable to both sides, and which could be the basis for a long-term relationship.

## VI. Монологічне мовлення

*Мета:* встановити рівень сформованості навичок монологічного мовлення за темою в межах сфери майбутньої професійною діяльності.

1. Зробіть висловлювання обсягом 15 – 20 речень за одною з запропонованих тем:

1.Поняття про маркетинг та концепції маркетингу.

- 2.Банківська та фінансова системи Великобританії.
- 3.Валютна біржа та валютні курси.
- 4.Форма організації бізнесу в різних країнах.
- 5.Європейський союз: історія, проблеми.

## Додаток В

### First level exercises

#### Exercise 1.1

Answer the questions using gerund and infinitive:

Professor: Shops and shopping - are inseparable part of our everyday life.

Going shopping is a boring duty and just a part of housework for a great many of people. But for others it`s an entertainment, and way to relax. Personally I can't stand shopping. What about you?

S<sub>1</sub>. The same about me, going shopping usually drives me mad.

T. Do you take his point? What is shopping for you?

S<sub>2</sub>. Shopping is great! What can be better? Perhaps only having a lot of credit cards and huge amount of money.

#### Exercise 1.2

Answer the questions using Objective and Subjective with Infinitive Constructions:

Professor: Just imagine, that shopping is both economic and psychological part of our life. Some consumers are in straight dependence from getting new things. They become really addicted. Frankly speaking, I also get excited buying something new.

S<sub>1</sub>. And I consider shopping to be tedious but necessary. I hate my mother to give me a shopping list.

S<sub>2</sub>. Don't make me open your secrets. I saw your eyes sparkling with excitement, when we were buying you a new T-shirt!

S<sub>3</sub>. We all are consumers and new things make us feel happy. Shopping is likely to be the most favourite activity of modern people.

#### Exercise 1.3

Professor: You preparing an article about shopaholizm - the "disease" of twenty first century and are trying to find out why people become "shopaholics".

What makes people waste money to your mind? When answering the question don't forget to use modal verbs in their second meaning.

S<sub>1</sub>. People must believe, that buying something new makes their lives happier and more fueling.

S<sub>2</sub>. I take your point. People maight fill their lives with «things» because they can't face their own unhappiness.

S<sub>3</sub>. You can't be discussing it seriously. Shopaholizm is a myth. You should have chosen another theme for your article.

### Second level exercise

#### Exercise 2.1

Professor: You are to make a survey to find out if there are potential addicts among you? Are there any volunteers? Start to fill in the questionnaire.

S<sub>1</sub>. Do you go shopping, when you have something specific to buy?

S<sub>2</sub>. Yes. I do. I am not inclined to sudden, unplanned shopping.

S<sub>3</sub>. On the contrary, I may spend money for unnecessary things and feel really guilty.

#### Questionnaire;

Do you...? yes/no

- a) always pay cash when you go shopping?
- b) Feel guilty when you spend a lot of money?
- c) Only go shopping when you have something specific to buy?
- d) Usually know how much you have in your purse/ wallet?
- e) Sometimes waste money?
- f) Often owe people money?
- g) Always pay off credit card bills in full at the end of the month?
- h) Have overdraft facilities in the bank?
- i) Save money regularly?
- j) Sometimes go shopping intending to spend a lot of money?
- k) Hide what you bought from your partner/parents/flatmate



Score:

Score 1 point for each of the following answers:

a=no      e= yes      i= no

b=no      f=yes      j=yes

c=no      g=no      k=yes

d=no      h=yes

8-11: you are a “shopacholic” and need help!

4-7: Sorry! You have some problems.

0-3: You are careful with money.

After survey the experts appointed by the teacher calculated the score and came to conclusions about their group mates relations to money.

## Exercise 2.2

Stage 1. Professor: If both of you have the same relation to money you may go shopping together. If not, give your groupmate advice how to save.

### Вариант 1

### Вариант 2

<p>S<sub>1</sub>. You and me usually know, how much we have in our purse and never waste money for unnecessary things, let's shop together.</p> <p>S<sub>2</sub>. With pleasure. But first we are to prepare shopping lists.</p>	<p>S<sub>1</sub>. You should always pay cash when you go shopping, if you use credit cards spending can get out of control.</p> <p>S<sub>2</sub>. Right you are. Using a credit card gives me the illusion, that no money is being spent.</p>
--	---

Professor: Using pictures of stores and supermarkets define the ways which managers and logistics use in order to get the buyers to spend as much money as possible.

S<sub>1</sub>. Look at the prices given in the shop-windows. The final figure is 9. Don't you think it's a trick?

S<sub>2</sub>. I'm afraid it is. Shops often charge 99 p for things to create the illusion that they cost much less than a pound.

Stage 2. Professor: Filling in the blanks, make up dialogues of your own:

S<sub>3</sub>. (shop-assistant) Are you being attended (served?)

S<sub>1</sub>. I'd like to have... to match this...

S<sub>2</sub>. Are you sure this ... suits you?

S<sub>3</sub>. This... fits your...

S<sub>1</sub>. Won't... stretch with...?

S<sub>2</sub>. How about... . It looks...

S<sub>1</sub>. I don't feel... in this... could you...

S<sub>3</sub>. Try these... a real bargain.

S<sub>1</sub>. But won't it shrink after...

S<sub>3</sub>. We've sold dozens of... and haven't had a single...

S<sub>2</sub>. Good choice they will wear for...

S<sub>3</sub>. There is your..., sir. Pay at the... thank you.

Exercise 2.3 Management Qualities

Stage 1. Using the dictionaries the students gave their ideas concerning features and skills necessary for a successful management. The proposed qualities were written down on the board.

#### Approximate List of Manager Features and Skills

Creativity	Loyalty
Efficiency	Flexibility
Responsibility	Charm
Stamina	Accessibility
Perceptiveness	Determination
Energy	Intelligence
Sociability	Decency
Methodicalness	Integrity

The students were divided in small groups. They ranged the features starting with the most substantial ones. Each group was to explain their list.

Stage 2. Every group received a job advertisement. Prior to reading the text they were to match words 1 to 11 to the words a) to k) in order to make word partnerships which describe activities that leaders are involved in.

1.	co-ordinate	a) activities
2.	communicate	b) performance
3.	deal with	c) staff
4.	delegate	d) strategies
5.	develop	e) tasks
6.	issue	f) information
7.	measure	g) miracles
8.	motivate	h) objectives
9.	perform	i) orders
10.	set	j) crises
11.	take	k) decisions

The students completed the advertisement referring to the word partnerships above.

### Josephine Cosmetics Managing Director

As a world leader in the health and beauty sector, Josephine is a multinational company with a turnover in excess of £5bn. We are seeking a Managing Director of outstanding caliber to take us into the next decade and beyond.

#### The Role

The successful candidate will be required to:

- set objectives<sup>1</sup> and communicate them clearly to staff.
- develop.....<sup>2</sup> which will increase profitability and market share.
- take.....<sup>3</sup> at the highest level affecting both the long and short term activities of the group.
- accurately.....<sup>4</sup> performance both of individuals and departments.

- issue.....<sup>5</sup> which may sometimes be unpopular.

The Person

We are looking for someone who is:

- strong charismatic and who can .....<sup>6</sup> staff by his/her vision.
- well-organized and who can co-ordinate the .....<sup>7</sup> of the whole group effectively.
- calm when .....<sup>8</sup> a crisis.
- able to .....<sup>9</sup> tasks to others when necessary.
- able to communicate .....<sup>10</sup> clearly and precisely to all levels of the company.

Stage 3. The students summarised, which features and skills from Stage 1 were essential for Josephine Cosmetics Managing Director.

### Third level exercises

Exercise 3.1.

#### Arrangement of a Business Trip

(dialogue-play)

Dialogue speaking was organised in three stages. The students got cards with new information on each stage.

Professor: The manager of British company “Fortune” is making arrangements for ten senior managers to attend a seminar- training in Lugano (Switzerland). He phones to tourist agency “Universal” asking to book to hotels in Lugano which are both stylish and value for money. He must clarify some details half of the group roleplay manager of Fortune, another half- the head of Universal. The students were given the students two minutes for acquiring information from the suggested card. The teacher got them work in pairs in order to obtain the details from each other.

Stage 1:

Manager. «Fortune» travel service (Card 1)

No of participants	10 (Male 6/ Female 4)
Ages	25-48
Arrival	Registration: 5pm, Friday 12 November
Departure	Preferably late Sunday evening
Type of hotel	Either 4 or 5 star
Equipment required	Overhead projector, Flip chart, VCR
Meals required	Friday: dinner; Saturday: breakfast, lunch, dinner; Sunday: breakfast, lunch
Special requirements	Two participants are vegetarian Four do not drink alcohol Six participants are smokers

#### Head of «Universal» travel agency (Card 1)

- You need the following information:
- Participants: male? female?
- Ages?
- Nationality of non-American participants?
- Any special habits? For example, do they smoke?
- Arrival and departure dates/ times?
- What class of hotel do they want?
- Any special equipment?
- Meals: When? How many?

Working in pairs, the students booked the hotel, discussing all necessary details. The teacher circulated and monitored dialogue speech.

#### Stage 2:

##### Background:

Manager of “Fortune” got fax from the head of tourist agency concerning the necessity of personal meeting and suggests Wednesday the third of August. The students keep their parts and get the next cards with information about the schedule

for a week. In accordance with it the interlocutors should make an appointment on the phone.

Manager, «Fortune» travel service (Card 2)

	morning	afternoon
Monday	All-day meeting to discuss the department's budget	
Tuesday	Meeting & dental appointment	Free
Wednesday	All-day training session	
Thursday	Interviewing candidates until 4 pm	
Friday	Department meeting until 2.30 pm	

Head of «Universal» travel agency (Card 2)

	morning	afternoon
Monday	All-day visit to a conference centre	
Tuesday	Free	Appointment with your dentist at 3 pm
Wednesday	Free after 10.30 am	Free
Thursday	Entertaining foreign visitor all day (including the evening)	
Friday	Presentation to Board	Free after 3 pm

One of the partners will have to change something in his schedule to make an appointment.

Working in pairs, the students made an appointment, discussing the schedule. The teacher circulated and monitored dialogue speech.

Stage 3: Business negotiations

Background

The manager of “Fortune” should make right choice- much comfort for little money. The participants will expect to work hard, then relax, explore the surrounding area and have a really good time with each other. On the other hand the aim of the head of “Universal” is to get high profit.

Manager, «Fortune» travel service (Card 3)

You will only decide which hotel to choose after further negotiation. You want value for money, but it is essential that the executives enjoy themselves and get to know each other. Also, a friend has strongly recommended the Dorfmann because of its excellent location.

You expect the seminar to finish at 5 pm on Sunday and participants will probably fly home that evening. However, they could fly early Monday morning, if necessary.

You need information about the following:

- the facilities at each hotel
- exactly what is included in the prices quoted to you
- when payment must be made
- details about the location of the hotels
- transport to and from the airport
- meals
- secretarial and other support services, for example, interpreters

Head of «Universal» travel agency (Card 3)

MONARCH HOTEL	DORFMANN HOTEL
Location City centre, near top restaurants, Opera House and shopping. 18 <sup>th</sup> century hotel	Location 30 kms outside Vienna, lovely countryside, forest, lake. Modern hotel (1998)
Transport Hotel 'shuttle' cars	Transport Luxury bus provided by the hotel.
Facilities Health club, gym, pool, sauna, shop. Facilities shared with other hotel guests	Facilities Health club (used only by IDP's executives), pool sauna, running track through countryside
Meals Outstanding cooking	Meals Healthy family-style cooking
Payment By 31 December	Payment On/before 12 November:

	10% discount
Departure Monday	Departure Sunday evening
Secretarial help/interpreter \$40 an hour	Secretarial help/interpreter free of charge

Working in pairs, the students negotiated the deal, trying to reach an agreement. The teacher circulated and monitored dialogue speech. When they had finalized, the teacher commented on the typical mistakes and the most interesting dialogues.

#### Fourth level Exercises

##### Exercise 4.1

##### Background

The representative of British advertising company in Ukraine wants to set an advertising agency subsidiary. He needs selling representatives to distribute facilities, managers and brand managers. It's a well-known fact that people of various occupations can work for advertising. During the interview the applicants should answer the questions: what is advertising? What are three main goals of advertising? What the main obligations of advertising manager? Does this work give opportunities for good promotion?

##### Exercise 4.2

The teacher asked students to find attractive advertisements in printed mass-media and bring it to the class. Every student was to prove the opponents that he had chosen a really capturing and impressive advertisement. The students were working in pairs proving their choice. They were asked to be very precise making their groupmates admit that their item really met three main demands of advertising. Here is one of possible variants of expected dialogue:

##### Advertisement

It's not only professional dancer who need to loot after their bones. No matter what your age, bones need a strong foundation for the future. As Britain's best selling calcium supplement, *Osteocare* has always provide the full RDA of calcium, magnesium and vitamin D plus zinc for healthy bones.



S<sub>1</sub>. This Ad of Osteocare attracted me with it's colour first of all. I mean the box with pills and the picture with ballet dancers are both blue and white. And the dancers look so bit.

S<sub>2</sub>. (opponent) Yes, To a certain extent but what slogans? When scanning I read: «Support. Balance. Strength» and see ballet dancers as graceful as swans. I won't review it as I'll suppose these pills are for dancers only.

S<sub>1</sub>. I can't accept that. The headline «For she most important bones in the ward» catches your eye. It makes possible buyer read all the information and convinces him of its reliability.

S<sub>2</sub>. You must be joking! What is there in this Ad that creates preference for it and stimulates thought and action about this very product?

S<sub>1</sub>. To my mind the first phrase: «It's not only professional dancers who need to look after their bones» and the last «Your bones deserve nothing less» prompt the buyers to take action.

S<sub>2</sub>. Anyway. I can't take your point If I were a copywriter and had to visualize this idea I would choose other illustration. Perhaps, some funny cartoons with people falling on slippery road and rising safe and sound...But I accept that slogan, head lime and invitation phrase of Ad you chose show creative writing skills of its copywriter

#### Exercise 4.3

Professor divided students into pairs and got them to prepare the dialogue for radio programme to advertise some kind of service. The students got cards with tasks. They were not only inform an interlocutor about a new service but prove that this service would definitely make his life better. The example of some cards are given below

#### Card1

Think of a radio advertisement in the form of dialogue to make people come to a private English school. The first speaker is to give information (prices, location, best teachers, modern equipment, relaxed atmosphere, no lists of vocabulary to learn). The second speaker is hesitating because his previous

experience was terrible (a lot of reading and translation work, no conversation at all) as a result he can't really communicate but he would like to. At the end S<sub>2</sub> is to agree to take his chance and to invite the listeners to join him.

#### Card 2

Think of a radio advertisement in the form of dialogue to make students apply to a local agency representing Work and Travel Programme in Krivoy Rog. The first speaker is to give information (prices, location, best job offers, discounts for early applications, relaxed atmosphere, supportive stuff). The second speaker is hesitating because his friend recommended him another agency with attractive and flexible credit scheme. He wanted to know about guaranties. At the end S<sub>2</sub> agrees to take his chance and invites the listeners to join him.

### Warming up «Money»

Variant 1. The students were divided into small groups of three or four. They were given two minutes to brainstorm the different words concerning money. Each group was to write down as many words as possible. The teacher took the list, counted the words and defined a winner. The words which occurred in all the lists and those which only one group suggested were focused on.

Variant 2. The students were asked to name the country in which the following currencies are used: yen, dinar, yuan, pound, drachma, forint, franc.

Variant 3. The students were asked to name the countries in which the most widely spread currencies (dollar, Euro) are used.

Variant 4. The students were told they were going to learn the verbs associating with finance while studying topic “Money”. They were divided into groups and given cards with verbs: *to increase, to rocket, to jump, to decline, to recover, to level off, to decrease, to improve, to fall, to stabilize, to drop, to lose, to rise*. The task was to put the cards onto red and black pieces of paper. Almost all the students associated red colour with profit and black colour with indebtedness. So, they were explained that, on the contrary, “in the red” means having overdraft, that’s why they were to put verbs concerning capital decrease on the red. Idiom “in the black” means to keep balance, not to have debts, so students were to put the verbs associated with raising capital on the black.

Then the teacher got the student arrange the cards with adverbs which often go together with “black” and “red” verbs: *vastly, slightly, substantially, significantly, rapidly, sharply, considerably, dramatically, gradually, enormously, quickly* rating them from tiny to huge changes.

Variant 5. The cartoons of Mr. Needy and Mr. Welthy were fixed on the board. Every student was given a card with words and word combinations having to do with money. They couldn use a dictionary, preferably specialized one, such as the Longman Business English Dictionary. With the whole class, the teacher elicited answers of new words translation and fixed the cards with words under

corresponding cartoon. Each word and word combination came with an opposite. The students got on chip for the card and two chips for an opposite.

<u>First set of cards</u>	<u>Second set of cards</u>
1. to live on a shoestring	1. to save
2. to waste	2. necessity
3. luxury	3. spend thrift
4. penny-pincher	4. well-off
5. hard up	5. to live on the lap of luxury
6. to roll in money	6. to withdraw
7. to deposit	7. to be down and out
8. in the black	8. debt
9. loan	9. overdrawn
10. income	10. tight-fisted
11. to make ends meet	11. loss
12. extravagant	12. millionaire
13. profit	13. to do a roaring trade
14. beggar	14. expenditures
15. cash	15. credit-card

### Psychological Test

#### “Your attitude to money”

##### Stage 1

The students answered the questions of the test on their own. Two or three minutes were given.

	Yes	No
1) Do you always know, how much cash with you at the moment		
2) Do you feel guilty when you spend much money?		

3) Do you often owe people money?		
4) Do you save money regularly?		
5) Do you usually check your change and restaurant bills?		
6) Do you give money to beggars?		
7) Do you think that people avoiding taxes commit a serious crime?		
8) Do you hide what you bought from your parents?		
9) Will you remind a person owing you small amount of about his/her debt?		
10) Do you go shopping only when you have something specific to buy?		

Stage 2 The students commented on the answers of their partners. As they were discussing the answers , the teacher circulated, monitored and assisted.

Stage 3 Working in the same pairs the students developed additional points to the test. The teacher invited questions, helping with pronunciation and suggesting vocabulary when necessary.

#### Stage 4

Pairs being divided, every student put question, worked out by his own, circulating among their groupmates and trying to involve as many people as possible. Then students analysed the answers in turn loudly. The teacher invited comments and encouraged discussion with the whole group. Finally, the best three answers were chosen.

### Money Lotto

Equipment: the cards of two different colours or printed with two different print patterns.

#### Instructions to the game

All the students were circulating a big table. Every player got two sets of cards (one-with terms, another- with definitions). The first player put a card on the table and named the term aloud. The student, who was the first to find a definition,

covered term- card with a corresponding definition- card and was allowed to name the following term. A student with the fewest cards was a winner.

First Set of Cards	Second Set of Cards
1. a salary	1. a fixed amount which is paid, usually monthly, to workers of higher rank
2. a loan	2. an amount of money which you lend to someone
3. a debt	3. a sum of which is owed to someone
4. cash	4. money which is in the form of coins and notes, not cheques
5. a wage	5. an amount of money you receive, usually weekly, in return for labour or service
6. an allowance	6. money paid to authors or inventors according to the sales of their work
7. a bonus	7. a sum of money used to make more money from something that will increase in value
8. commission	8. the money which a building society or bank lends to someone to buy a house
9. a deposit	9. the money that a person pays to an insurance company to protect against loss or damage
10. a dividend	10. money, usually from a relative, to live on
11. an investment	11. an additional payment which is a reward to those who work for a company for their extra work
12. alimony	12. the amount of money borrowed from a bank, greater than that which is in your account
13. duty	13. money received from someone in his or her will
14. a bill	14. the amount of money that goes to a shareholder

15. interest	15. money paid by divorced or separated people to support the former husband or wife
16. a fee	16. money paid by divorced father to his former wife for the upkeep of his children
17. a grant	17. tax on imported articles paid to the Customs
18. a legacy	18. paid at a restaurant after eating
19. maintenance	19. extra percentage paid on a loan
20. an overdraft	20. money paid for professional services, e.g. to a doctor
21. a premium	21. part of the value of a company that you may buy
22. royalties	22. part-payment of money which you make to stop the seller from selling his goods to others
23. a snare	23. an amount of money, related to the value of goods sold, which is paid to a salesman for his services
24. a mortgage	24. money paid by the state, usually to students
25. a pension	25. money paid by a company or the state on your retirement
26. a fine	26. paid as a punishment for breaking the law
27. taxes	27. paid to the government for services that the state provides.
28. a fare	28. paid while traveling, especially on public transport, buses, trains, etc

## Making Investment in Ukrainian Economy

### Role play

#### Background

West Europe Investments PLC (WEI), is based in Prague. It provides finance for start up or young companies which need capital to develop their

business. WEI is run by a group of extremely rich people of various nationalities. They enjoy the excitement of working with start ups and small companies and believe that Ukraine offers outstanding opportunities for investment. They are willing to take risks and back projects which seem unusual and extraordinary. However they also expect to make money, usually by taking a stake in the business or a share of the profits. A team of WEI investors is currently considering several proposals. After hearing presentations from individuals and companies WEI will decide which projects it will invest in and how much money it will give to each one. They have 5,5 million to invest.

#### Preparation stage

4-5 experts were chosen. The rest were preparing presentations from individuals and companies.

Key points for product presentations
<p>1. The Business</p> <p>A description of the business –</p> <p>What does it do? Who is it for?</p> <p>Brief details about the team (age, education, experience, etc.).</p>
<p>2. The product or Service</p> <p>A brief description:</p> <p>What are the advantages of the product or service?</p> <p>What does it fill?</p> <p>What are its unique features?</p>
<p>3. Marketing</p> <p>Who are the existing or target customers?</p> <p>What about pricing policy?</p> <p>How will the product or service be promoted?</p> <p>What are the selling and distribution methods?</p>
<p>4. Finance</p> <p>How much finance is required and for what</p>



purposes?

Both investors and entrepreneurs got the cards.

*WEI Investor Card*

*Before the meeting*

1. *Study the proposals that the entrepreneurs have chosen and discuss which appeal to you most. Consider which are the most risky and which have the greatest potential profits.*
2. *Prepare questions which you wish to ask each person/company.*

*During the meeting*

1. *Listen to the presentation of each person/company. Ask questions to help you decide which projects to invest in.*
2. *Discuss the projects/ Decide which to invest in, and how much money you will give to each.*

*Remember: You have a maximum limit of €5 million to invest, but can invest less.*

*Ukrainian Entrepreneur Card*

1. *Choose one of proposed project or prepare a project of your own.*
2. *Prepare your product or service presentation according to a plan given on the black board.*

Possible Proposals

Parachutes. Your company wants to manufacture bright parachutes for children's leisure centre. (modern entertaining attraction – jumping from 3-metre tower). Amount required 1mln, to finance research and development costs, production and

marketing.

Prisons in old mines. You need to finance the idea. Prisoners, serving life sentence can stay in old mines pumping out underground water and thus preventing soil salting.

Amount required: At least 1mln € to finance development, mines reequipment, personnel and launching.

High-tech product. Your company is developing Anti-Thieves device AT-1 to prevent mobile phones stealing. Special chip will allow the owner to destroy the whole microcircuit, It will make cell phones stealing, which is so popular in Ukraine absolutely useless. Amount required: €1,5mln, do finance research and development, production and marketing.

New magazines. You want to finance the first edition and launch a new magazine for the blind. Amount required: €2mln, to finance production, editorial, office administration, distribution costs and promotion.

While “experts” were getting acquainted with various projects, pairs of “entrepreneurs” chose one of the suggested project or developed their own one and prepared business plan. The teacher monitored and assisted, intervfering only if was necessary. In ten minutes the “entrepreneurs” made presentation and started answering investors’ questions. Then investors made up their minds as for the most prospective projects and decided the amount of invested money and value of share; they explained their choice basing upon arguments.

Entering a Foreign Market. Takeovers and Mergers

Role play

“Latest fashion” PLC is located in Hong Kong and makes high quality clothing. It has a net of stores, 300 suppliers from 60 countries and employees stuff from all over the world. Its target customers have monthly salary lower than 100

dollars. “Latest fashion” was founded at the beginning of 90’s and is considering opportunities for becoming a global company. The board of directors have made up their minds to acquire the existing companies in Europe. They are looking for suitable acquisition. The main objectives of the acquisition are:

- to increase “Latest fashion” profits
- to enhance its image
- to buy a company which will not take up to much of the present management’s time and energy.

- The Corporate Strategy department was given the task of looking for suitable acquisition. They worked in three groups and carried out a great deal of research.

Each group finally came up with a possible take over target. The three companies they have researched are:

- a) Jeans Club (Germany) – a chain of stores for youth
- b) Tulipe Noir (Holland) – a chain of classic clothing boutiques
- c) Roxalana (Ukraine) – a chain of fashion departments in big malls.

#### Instructions

First stage: Students were divided the into small groups of 4-5, each group was given a card with information including turnover and profit charts. Each group developed a presentation project highlighting the advantages of the company they were going to takeover. They were allowed to add their own details. The teacher circulated and monitored but did not intervene unless necessary.

#### Group A: Jeans Club plc.

Head office	Berlin
Type of business	Ready-made clothes for youth selling
Ownership	65% of voting shares: small shareholders + big institutions, banks, insurance company’s pension funds, etc.
Founded	12 years ago. First outlet in Leipzig town (trade)

Location of outlets	All boutiques company-owned. Located high streets-major cities in Germany
Products	Jeans, denims, T-shirts, tops aren't made to the same standard as world famous jeans garments. Down-market oriented. The emphasis seems on design rather than quality.
Clientele	Mainly 18-25, a few older ones
Atmosphere	Lively, quite casual
Prices	Low – medium prices. Less expensive than rivals
Decor	Large picture windows: bright colors, modern accessory, pop and jazz groups posters on the walls
Service	Staff turnover high because of low wages. Service varies a lot at boutiques
Plans	Want to open new outlets next year in Italy or Spain
Prospects	Difficult to say. Tough competition. Starbucks a formidable rival. Uncertain future. Company has lost its way a little.

#### Group B: Tulipe Noir partnership

Head office	Rotterdam, Holland
Type of business	Business-like clothes selling
Ownership	Hal Starheimer, his brother Andre and family members (10) Two brothers own 40% of the voting shares
Founded	20 years ago
Location of outlets	Amsterdam, Rotterdam, the Hague, spacious boutiques
Products	Ready – to-wear suits made to the highest

	standards, tuxedos, waistcoats. Up – market oriented. Last collection was described as «boring behind the times and with no appeal to a fashion – conscious buyer»
Clientele	Loyal customers, mostly over 40, high – rank executive managers
Atmosphere	Official, a bit old-fashioned
Prices	Competitive
Decor	Massive and solid furniture, mahogany panels, out – of – date shop-windows
Service	Staff knowledgeable and helpful but slow
Plans	Hal and Andre are old (over 70). Want to retire. Relatives always arguing. No one is keen to take over this “lame duck” business
Prospects	Needs serious investments and modern experienced management. Changes in marketing policy are vitally important

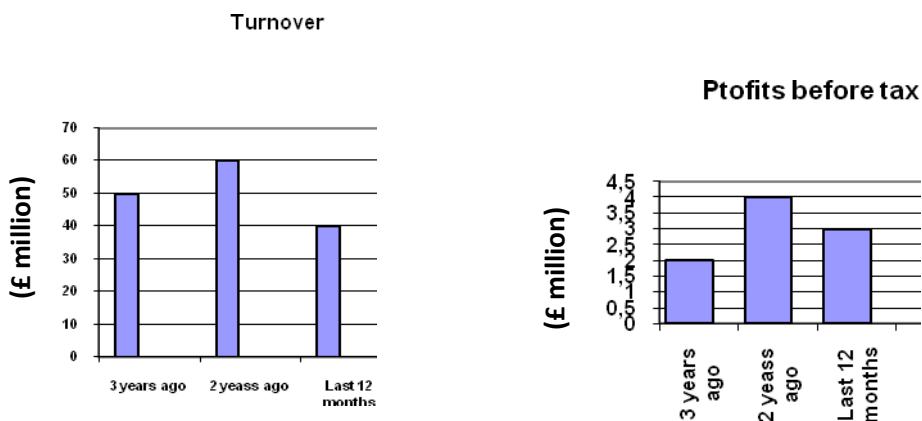
Group C: Roxalana (Ukraine), plc

Head office	Dnepropetrovsk
Type of business	Selling women’s clothes of so-called «glamour style»
Ownership	Valentina and Serge Beregov – 100% voting shares
Founded	6 year ago
Location of outlets	Mainly in regional centres (central and West Ukraine)
Products	Evening dresses (fare shouldered, figure hugging, clinging, cocktail), embroidered blouses. Often imitating «haute couture»

Clientele	Mixed crowd/age – women with «Swarovsky complex, who believe that genuine Dolce and Gabbana may cost 100 £»
Atmosphere	Friendly. Coffee and biscuits for loyal customers
Prices	Variable. Cheap blouses, more expensive dresses
Decor	Bright décor in all stores. Each store is different
Service	Smart and good-looking girls. Lost of energy
Plans	To create a national network with an annual turnover in excess of 20 million euros
Prospects	Cannot grow at their present rate without setting up a more professional management structure. Need a Finance Director. Costs are beginning to rise. Location more difficult to find. Similar stores have started all over Ukraine

### Key Financial Information

The past financial performance of the three companies is given in the charts below. All figures are in millions of pounds.



The presentation and conception were assessed according to the following criteria:

#### Concept

1. Will it get the target audience attention?

2. Will it capture their imagination?
3. Does it have a clear effective message?
4. Will it persuade the authority to acquire a company.
5. Will the target audience remember the concept?

#### Presentation

1. Was it interesting?
2. Was it clear?
3. Was it loud and clear enough? Was it varied in pitch or monotonous?
4. Was the pace too quick, too slow or just right?
5. Was the language fluent, accurate and appropriate?
6. Did it impress the audience? Was there enough eye contact?

## **Appointments and Applications. Job Interview.**

### Background

«Brown and Cotton» company has a Management Consultant vacancy. After considering 15 CV the administration focused upon two applicants they are to choose between.

### Warmer

2. The teacher elicited the ideas about questions which might be suggested to the main applicants. He invited comments and encouraged discussion. The questions were written down on the blackboard according to their importance. The record was played which could change their point of view.

### Tapescript

Alan, are there any key questions that you regularly use when interviewing candidates?

Yes, there are and it's almost a ritual with me. Following the CV tells you about the person and their qualification. What you also want to know is their personality. So key questions I ask – what do they like most and what do they like least about their present job? They might say that like traveling and they like meeting new people. These are standard answers. I think more interestingly perhaps are what don't they like about the company. They might not like working weekends at their current company. You might have the same problems with yours, working weekends might be something essential for the job. Also, ask them what their weaknesses are. They're usually, generally I would say, quite honest when they're giving their weaknesses. And ask them what their strengths are. It gives you an in-depth, if you like, feeling about their personality rather than just the straightforward qualifications that they have on their CV. Do they fit in? That's what you're really looking for.

If key questions have already been written, emphasise their sagacity. If not-add them to the list .



3. The students were divided into 3 groups. The 1<sup>st</sup>-representatives of administration and staff department; the 2<sup>nd</sup>-“supporters” of Paul Berger and the 3<sup>d</sup> – of Irene Borfield. The 1<sup>st</sup> group was instructed to work out a question to check his professional management skills.

### The Course of Role Play

#### Applicants Characteristics.

Name: Pawl Berger. Age 45

Marital Status: Single

Education: London University. BSc in Business and Computer Studies.

Experience: Sales Manager for the last 4 year in Advanced Data Control. Concerned with all aspects of software and hardware marketing and sales. Responsible for a total staff of 20. Previously worked as Computer Systems Marketing Manager Analyzing company needs and recommended appropriate computer systems.

Skills: Speaks Spanish fluently.

Personality/appearance: Correctly dressed in a dark suit, but has tattoo on his wrist. Sociable, with a lot of friends. Enjoy parties and dancing.

Comments: Believes you should always stick to the rules. Values honesty and reliability. Can be quick-tempered if people are not doing their best. Very enthusiastic with many good ideas. High score on aptitude test.

Name: Irene Borttfeld

Marital Status: Single:

Education: Princeton University – Master’s degree in Business Administration (MBA).

Experience: Advertising agency for the last eight years important position liaising with clients and managing a team of 10 people. Previously worked as Sales Manager in a department store (Chinatown area).

Skills: Fluent Italian, German, French.

Personality/appearance: Well dressed and self-confident. Says she is usually successful when she wants to be. Thinks women are better managers than men: They listen more and use their intuition to solve problems.

Comments: Positive reference, but employer suggested she sometimes took days off work with no good reason.

Ask students to estimate the main applicants in accordance with their strengths and weaknesses.

#### Possible Criteria

Requirements for applicants	Qualities	
	To be appreciated	Not to be appreciated
1. Psychological		
2. Business		
3. Moral		

Groups 2 and 3 should fill in the applicant forms and prepare for the interview. Choose one representative from each group to perform a candidate for a vacancy.

JOB APPLIED FOR: NAME: ADDRESS		BROWN and COTTON
EDUCATION: (begin with secondary education) Name of school/college	Dates attended	Examinations passed
PROFESSIONAL QUALIFICATIONS: Name of institution	Dates attended	Qualifications gained
CAREER: (begin with first job) Name of organization/dates	Job title/Main responsibilities	
Additional qualifications		

#### Lotto "Perfect job interview"

Necessary equipment: chips, sets of cards and two playing boards black and red.

### Course of Play.

The boards were played onto a big table and students sat in a circle round it.

Pre-teaching section:

Psychologist say that when you go for a job interview most interviewers have made up their minds whether or not to give you the job within the first four minutes. Be aware of your body language. What gestures and poses can make a bad impression. You may show them and comment. And what clothes do you consider to be the most suitable for job interview? Give your reasons.

Invite comments and encourage discussion. Give the students sets of cards with job interview Dos and DON`Ts mixed together. Ask the students to read pieces of advice aloud in turn and put them on the corresponding board. If the choice is wrong, ask the group for comments. If the group fails, give explanations yourself.

Black field (you shouldn't)	Red field (you should)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cringe or beg for consideration</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• answer questions honestly and with straightforwardness.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• display «cocksuredness.»</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• try to overcome nervousness and shortness of breath.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• hesitate to fill out applications, give references, take physical examination or tests on request.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• try to be optimistic in your attitude.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• speak with muffled voice or indistinctly.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• maintain your poise and self-control</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• go to an interview without a record of your former work connection.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• recognize your limitations.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• be untidy in appearance.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• make plenty of applications.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• display a feeling of inferiority.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• have a good resume.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• discuss past experience which has</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• talk and think as far as possible</li> </ul>

no application to the job situation.	about the future rather than the past.
<ul style="list-style-type: none"> <li>• feel that the world owes you for a living.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• know the importance of getting along with people.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• be one of those who can do anything</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• indicate your flexibility and readiness to learn.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• isolate yourself from contacts that might help you find a job.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• approach the employer with respectful dignity.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• express your ideas on compensation, hours, etc. early in the interview.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• assume an air of confidence.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• make claims if you cannot «deliver» on the job.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• recount experience you have had which would fit you for the job.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• hedge in answering questions.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• stress your qualification for the job opening.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• hang around, prolonging the interview, when it should be over.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• let as many people as possible know you are «job hunting».</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• keep dressing your need for a job.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• indicate, where possible, your stability, attendance record and good safety experience.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• apologize for your age.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• be well-groomed and appropriately dressed.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• arrive late and breathless for an interview.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• hold yourself erect.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• be a «know it all» or a person who can't take instructions.</li> </ul>	

The students got chip for every correct answer. The student with the most chips was a winner.

### Додаток 3

## COMPANY ORGANIZATION

### Background

Keypoint Security (UK) Ltd sells security equipment, burglar alarms, etc. It also offers services, such as security patrols, safe deposit facilities and deliveries of cash wage packets and valuables. It is a public company established in 2005. It's head-quarters is in London and subsidiaries is located in Birmingham and Edinburgh. The main principles of the company are given on the blackboard.

Our objective is to provide an outstanding security service to the city of London.

Our strategy is to rapidly expand our corporate business.

Our main assets is our employees. We aim to provide them with secure, interesting and well-paid work, in a pleasant working environment.

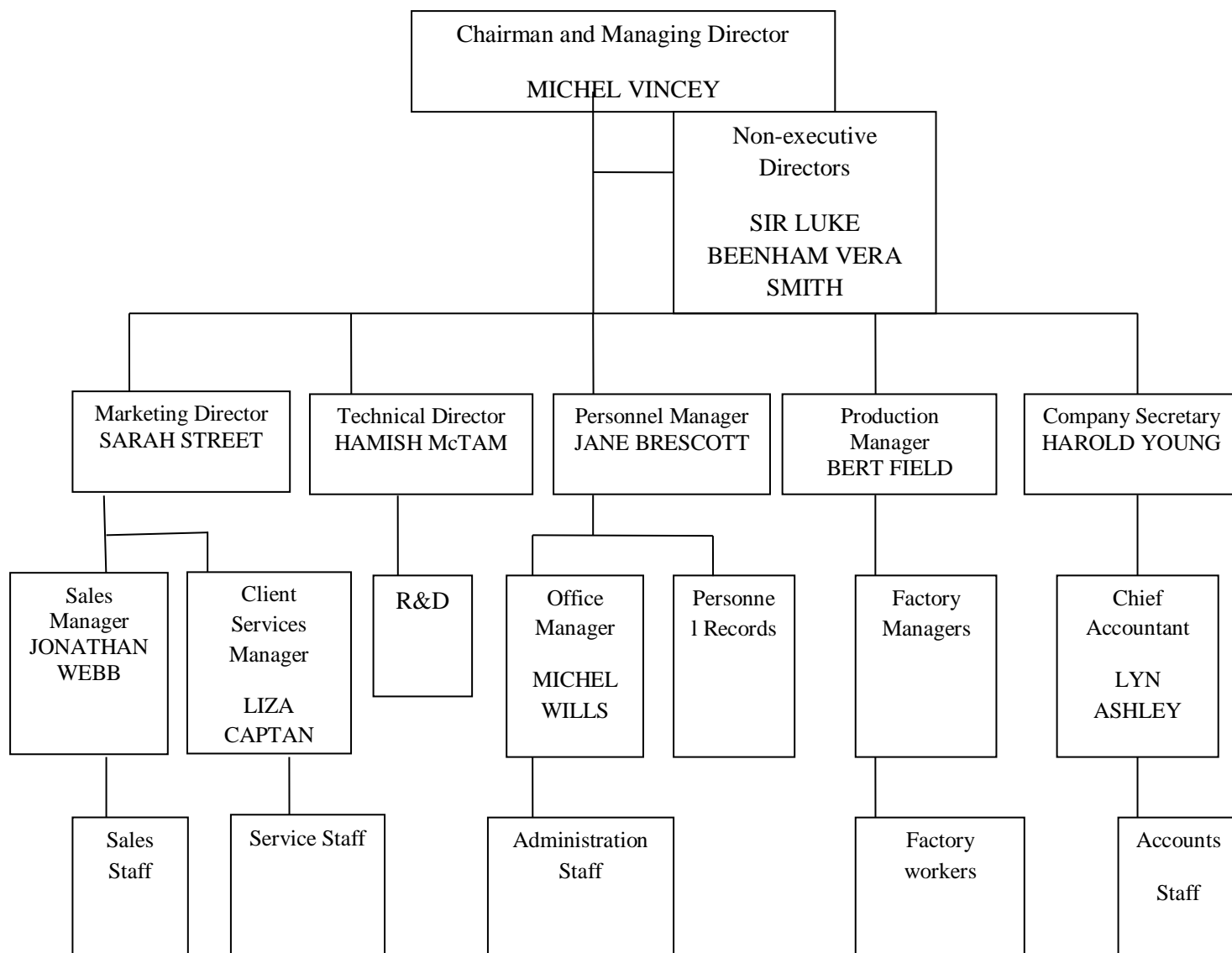
In spite of company's performance being prosperous its owner is certain that it can be far more profitable providing the reorganization is done. The following areas need rearrangement: 1) management structure; 2) office premises layout; 3) working practices conditions.

### Overview

The teacher brainstormed some typical questions of company structure:

1. How many different ways of organizing or structuring a company can you think of? Think about departments, products and markets
2. Give short definitions of the functional, matrix, geographic and product lines structures
3. Do you think people from certain structures would favor one kind of organizational structure over another? Can you think of some examples and give some rezones?
4. Where thinks are organized along product lines or with a matrix structure, people often report to two people at the same time- they are both in the functional structure and their manager or team leader in the other structure. What problems could you imagine in this case?

## MANAGEMENT STRUCTURE



Having acquired the information from the cards the students worked with the whole class in order to remember the names of department better. They were proposed to fetch business correspondence which was delivered to «Keypoint Security Ltd». The topics of letters were given in the table.

SUBJECT	SEND TO
1. a request for information about the company's services.	
2. an application for a job as an electrical engineer.	

<ol style="list-style-type: none"> <li>3. an invitation to send a representative to an official reception in the Town Hall.</li> <li>4. a copy of a scientific paper about infra-red security systems.</li> <li>5. a doctor's certificate: an employee will be absent from work for at least six month.</li> <li>6. an urgent request from the company representative in Edinburgh for 500 copies of company's catalogue.</li> <li>7. the third reminder requesting payment of an invoice for £1340, six month overdue.</li> <li>8. a Christmas card, three month late, no signature, addressed to `jimmy`.</li> <li>9. a complaint that a client's alarm failed to operate when premises were burgled.</li> <li>10. a leaflet from a local garage, offering to service employees' cars at discount prices.</li> </ol>	
--	--

### Course of Play

Stage 1 The students were divided into 3 small groups up to five and given separate cards with the tasks. Every group was to have its own field of activity and got information concerning different their part of company restructuring.

#### Group One Card. Management Structure

1. Vera Smith has too much responsibility and feels very stressed she complains also of having no contact with: Luke Beenham.

2. Jonathan Webb wants better communication with Michael Vincey. Michel is often away on business trips, so Jonathan is not able to get his approval for important decisions like discounts for important customers.

3. Sarah Street reports to Luke Beenham. However, most of her work is with Vera Smith, whose speciality is marketing.

4. Client Services Department want more cooperation with the Administration Department. On the other hand, Michel Wills says that Liza Caplan is always 'interfering' in their office.

#### Group Two Card. Working Conditions (staff survey)

1. 72% want better facilities and more opportunity to express their opinions to the Chairman.

2. 65% find their work 'interesting' and 'enjoyable'. 35% say their work 'lacks variety', mostly in Accounts, General Office and R&D. Absenteeism in these departments is high.

3. 58% would prefer flextime so that they can avoid traveling to and from work during the rush hour.

4. 62% think their pay is adequate.

5. 38% (mostly in Accounts, Personal Records and the General Office) think they are underpaid by at least 10%. They want more perks, for example, discounts on travel and more company social events.

6. Sales staff say they do too much unpaid overtime to complete their paperwork. There are too many complicated forms.

7. Sales staff complain that people in the client services earn 30% to 40% more than them, and have a better office. They also receive end-of-year bonuses.

#### Street

The office space is not used efficiently and needs a complete reorganization. (For example, Accounts and General Office staff to walk too far to the photocopying room, etc.)

Also the following facilities are not available to staff at the moment:

- a) A canteen in the building. (There are no restaurants nearby).
- b) A room for smokers. (People smoke outside the main door).
- c) Crèche facilities for staff with young children.
- d) Facilities for disabled staff. (There are two disabled in the staff).



Group Three Card. Office Layout

Managing Director	Accounts Manager and staff (5)	Kitchen And restroom		Personal Manager
Company Secretary				
Client Services Department			General Office (8)	Marketing Manager
Production Manager		Change-currency	Non. Executive Directors	Sales staff Corporate Business (12)
Technical Director			Store room (stationery and sales literature)	
R&D			Photocopying (2)	Toilets
			Post room (3)	Lifts
				Reception (2)

Entrance

Main entrance

Stage 2

Every group studied its part of company restructuring, elicited the ideas and prepared written recommendation what is to be changed. The teacher encouraged the students monitoring their activity and correcting mistakes if necessary.

Stage 3

When students finished the teacher separated one student of each group and formed five groups of three students who had each discussed a different area. The students took turns to present their recommendation to the others in the group, than they together discussed how best to reorganized the company. They appointed a

chair for each group who was responsible to keep the meeting on track and made sure everyone got a chance to speak and arrive at a positive outcome. When students finalized their decision on how to reorganize the company, they returned to their original groups of five and compared the decision they had reached.

## BIG COMPANY – BIG PROBLEMS

### Background

American chain of ready-to-wear shops has recently been bought by French company Lappierre. It was an excellent acquisition for Lappierre Inc. However in spite of their expectations the volume of selling in American chain is rather low. Group of consulting managers analyzed the problems caused by takeover and is to develop the ways of their solving and present the results at joined American-French conference.

### Course of Play

#### Stage 1

Students were divided in two groups. The first group was to simulate the administration of Lappierre and the second was consulting managers team. The task of the first group was to represent the problems as a plan, starting with the most urgent ones. The second one dealt with cards containing fragments of problems analyses. Their task was to prepare a report .

#### Group One Cards

1. The staff of the American company don't feel part of the company they were taken over. The attempt to impose Lappierre's management system and marketing methods on Robinson has not yet been completely successful.

2. Following their take-over the Robinson chain of clothes stores, Lappierre has hoped for a sales growth rate of 10% per annum. So far the sales growth has only been half this figure.

3. The attempt to impose Lappierre's management system and marketing methods on Robinson has not yet been completely successful.

4. Our growth rate is low since we were taken over. When we were Robinson our sales were good. I think the real problem is we're just too big now. It

takes too long to react to market changes and take decisions. When customers want last minute changes to clothing we can't meet their requirements.

5. In relation to marketing, the floor layouts of the former, Robinson stores is of rather traditional style.

6. another area where Lappierre's marketing in America needs altering relates to its French ownership. Up to now Lappierre has played this down out of a belief that Americans might object to buying foreign goods. «The Americans buy wear American» - used to be a motto of Robinson company.

#### Group Two Cards. Consultants remarks.

1. In the area of training, to ensure that the out-book and methods of former Robinson employees correspond to Lappierre's company philosophy, a large-scale training program is advisable.

2. Part of Robinson's image was that it was a long-established American company. This image does not math the much more up-to-date image which is associated with Lappierre. Since the potential for higher sales, judging by competitors' results, seems to be in the area of designer fashion, the physical appearance of the Robinson stores should be radically changed to reflect this.

3. Lappierre's main competitor, Saul Brothers, have achieved good results by highlighting their range of goods designed by Jacques Bardin, the leading French designer. Thus this report advises a very extensive advertising campaign which will emphasize the fact that Lappierre is a French company and that its clothes reflect the latest styles and designs.

4. Growth rate is not due to the general economic situation as some of Lappierre's competitors such as Saverite and Saul Brothers have managed to grow at a rate of 10% or higher.

5. Many of the reasons for Lappierre's failure to achieve such a growth rate are related to the fact that Lappierre Inc. In America is based on a previously existing American company, Robinson. Methods of marketing and product presentation were very different in Robinson compared with Lappierre's methods.

6. To make sure that former Robinson practices are replaced by those of Lappierre, large expenditure will be required in the areas of marketing, advertising and training.

### Course of Play

Stage 2 Working in groups, the students considered and discussed the options of optimum problem solving. Developing a new strategy they bore in mind that not only changing selling policy did demand substantial investment, but it was also time and labour consuming issue. Approximate calculation of expenditure was to be prepared. When the students had finished preparing, the teacher got them to hold the meeting as a single group to reach an agreement. The teacher appointed a chair for each group who was responsible to keep the meeting on track and made sure everyone got a chance to speak and arrive at a positive outcome. The meeting was held on the following agenda.

### Agenda

1. Improving staff teamwork
2. Emphasizing Lappierre's Frenchness.
3. Reasons for unsatisfactory results.
4. Lappierre's performance goals.
5. Changing the Robinson image.
6. Aim of recommendations.
7. Areas requiring investment. Performance of Lappierre's competitors.

### TAKING A DECISION ON CHANGING STRATEGY

### Warmer

The teacher brainstormed students and elicited ideas about the measures they take in order to take a crucial decision. The variants of answers were collated on the board as two columns for future reference. The first column for the ideas caused by pure emotions and the second one for practical reasons.

Emotion	Reason
1. have a good sleep or a rest.	1. write down the pros and cons.
2. ask as many people as	2. rely on the past experience to help you

possible for advice.	make a decision.
3. consult a horoscope.	3. reduce all decision to a question of money.
4. throw lots	4. be totally democratic in group decision-marketing and put the decision to the vote.

The students discussed all possible ideas trying to reach an agreement when they had finalized they were proposed eight step algorithm how to make a decision. This algorithm was worked out by a famous writer Marion Heints. The students were got to use it for changing company strategy after financial collapse.

1. Discuss and analyze the situation.
2. Define the problem.
3. Set an objective.
4. State what is essential and desirable.
5. Think of alternatives.
6. Decide how to evaluate them.
7. Evaluate alternatives.
8. Choose among alternatives.

#### Background

“Potato House” was founded by Svetlana and Vladimir Belokon. They hadn’t had any previous experience in restaurant business. They opened their first restaurant in Kriviy Rig five years had passed before they had a successful Ukraine-based chain of ten restaurants based on system of franchising.

“Potato House” strategy is quality of the food. Burrito, camido, Grotten potato, found their segment at Ukrainian market. The Ukrainian customers enjoyed new exotic cuisine. Share price skyrocketed up to 120% in one week when “Potato House” became a Public Limited Company. The company has enjoyed success until recently. Last year however profits fell sharply and results for the first six month of this year have been disappointed. Now Svetlana and Vladimir are the

owners of forty percent share. Another main shareholder is an Italian citizen Mario Carvari. The couple employed a team of consulting managers in order to get advise on effective change of strategy.

Stage 1. The students listened to the interview in which an expert from daily news commented financial disaster with «Potato House» and read through the results of customer survey. They were divided into four groups and given the following tasks 1) to work out a list of company problems 2) to spot out a regular customer image

3) to bring out the most popular dish; 4) to reveal the most powerful features of “Potato House”

### Audioscripts

(I = Interviewer, E = Expert)

I. What’s going wrong with Potato house? It used to be a star performer. Now, no one seems to want to buy their shares. What’s it all about?

E. There are a number of problems, as I see it. First, demand has fallen for their food. I’m not sure if it’s because people are eating less chicken these days. But certainly there’s lots of competition from the fast food chains. McDonald’s. Burger King, Kentucky Fried Chicken and so on.

I. But I thought «Potato House» was a bit special? Different from the others? Spicier, better tasting, and so on?

E. That may be true. But it’s rather expensive. You pay a lot more than a similar meal at, say, McDonald’s.

I. So is that the problem, pricing?

E. It’s not just that. They’ve been expanding very fast, probably too fast, and they’ve run into financial problems. They couldn’t pay back some of their loans on time – the banks don’t like that – and the word gets round. Investors don’t like it either.

I. Mmm, not wonder the share price fell.

E. Another thing. They’ve built up the business by franchising. But some of the franchises aren’t running their restaurants properly. Customers are complaining

about long queues, poor service and dirty restaurants. The décor is also dull and unexciting.

I. So what's the solution? What are they going to do about it?

E. I called Svetlana yesterday and asked her what plans they had to turn the business round. She didn't tell me much, but she did say they had called in a team of management consultants to advise them on their strategy.

CONSUMER SURVEY (summary)					
Customers		Food products bought most often			
Age 18-30	58%	1. burrito and Torro potatoes			
30-40	32%	2. camido, salad, steak.			
40+	10%	Customer's opinions (%)			
Sex: Male	54%	Good / OK / poor			
Female	46%	Quality/freshness of food	40	50	10
Status: Single	65%	Value for money	10	30	60
Married, no children	23%	Service	8	38	54
Married, with children	12%	Cleanliness	6	14	80
How often customers visit the restaurants		Friendliness of staff	24	48	28
First visit	8%	Décor	1	34	65
More than once a week	5%				
Once a week to once a fortnight	29%				

Every group reported their views. The teacher invited discussion and commented on the most typical errors and the most interesting opinions.

### Stage 2 Options

The following options will be discussed by the management consultants at their next meeting.

1. Persuade Svetlana and Volodymir to resign. Appoint a new Chief Executive with extensive experience of franchising in the food industry.

2. Seek opportunities to merge with a large fast food company which could offer management expertise and financial resources.
3. Improve profits by expanding in Europe through joint ventures. A German supermarket chain has already shown interest in such a venture.
4. Make major changes in the business. For example:
  - a) Have more company-owned outlets. This would give greater control over the restaurants.
  - b) Offer special promotions (e.g. huge discounts on certain meals).
  - c) Launch a major advertising campaign.

Every group considered their way of protecting the plan of measures they had come up with. Appointed chair of each group was responsible to keep the meeting on track and make sure everyone got a chance to speak. The teacher circulated and monitored the students to use new vocabulary.

Stage 3. When the students had finished the discussion, the teacher separated the groups and formed new groups of four students who had each discussed a different area. They took turns to present their alternative decision to the others of the group. The rest of the group pointed out its weak spots. The teacher circulated, inviting comments and encouraging any discussion. Having assets different propositions the students announced their preferred solutions. Explaining relevant evaluation criteria (e.g. cost, impact, potential, speed, sustainability, targeting).

The teacher summarized the role play and commented on the most typical errors.