

7. Гриценко В. И. Дистанционное обучение: теория и практика: [Монография] / В. И. Гриценко, С. П. Кудрявцева, В. В. Колос, Е. В. Веренич. – К. : Наукова думка, 2004. – 375 с.
8. Гуревич Р.С. Інформаційно-телекомунікаційні технології в підготовці майбутнього фахівця / Р. С. Гуревич // Неперервна професійна освіта: теорія і практика – К., 2002. – Вип. 4(8). – С. 61–68.
9. Електронні засоби навчання іноземних мов студентів: досвід розробки й апробації : Колективна монографія / О. Б. Бігіч, М. М. Волошинова та інш. / Заг. і наук. ред. : О. Б. Бігіч. – К. : Вид. центр КНЛУ, 2012. – 160 с.
10. Жалдак М. І. Педагогічний потенціал комп'ютерно-орієнтованих систем навчання математики / М. І. Жалдак // Комп'ютерно-орієнтовані системи навчання: Зб. наук. праць. – К. : НПУ ім. М. П. Драгоманова. – 2003. – Вип. 5. – С. 3–13.
11. Жалдак М. І. До концепції шкільної освіти з інформатики / М. І. Жалдак, Ю. С. Рамський // Комп'ютерно-орієнтовані системи навчання. Зб. наук. праць. – К. : НПУ ім. М. П. Драгоманова. – 2001. – Вип. 3. – С. 3-7.
12. Загальноєвропейські Рекомендації з мовної освіти : вивчення, викладання, оцінювання / [наук. ред. укр. видання С. Ю. Ніколаєва]. – К. : Ленвіт, 2003. – 273 с.
13. Задорожна І. П. Принципи організації самостійної роботи майбутніх учителів з оволодіння англійською мовною комунікативною компетенцією / І. П. Задорожна // Вісник Запорізького національного університету. Педагогічні науки. – 2010. – № 3. – С. 123–130.

УДК: 371.14

Чуфарлічева А. Ю.

Ізмаїльський державний гуманітарний університет

НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ ВИЩИХ НЕМОВНИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ СТВОРЕННЯ АНГЛОМОВНОЇ ІНФОРМАЦІЙНО-ДОСЛІДНИЦЬКОЇ РОБОТИ У ГАЛУЗІ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

У статті розкривається значення аспектного реферування та аналізу англійських текстів. Автором запропоновано використання методу реферування на основі логіко-семантичного аналізу тексту, для якого необхідне смислове угруповання матеріалу, визначено та розкрито основні аспекти створення англійської інформаційно-дослідницької роботи у галузі готельного бізнесу.

Ключові слова: *аспект, аспектні ознаки, готельний бізнес, інформаційно-дослідницька робота.*

Чуфарлічева А. Ю. Обучение студентов высших неязыковых учебных заведений созданию англоязычной информационно-исследовательской работы в отрасли гостиничного бизнеса. В статье раскрывается значение аспектного реферирования и анализа англоязычных текстов. Автором предложено использование метода реферирования на основе логико-семантического анализа текста, для которого необходима смысловая группировка материала, определены и раскрыты основные аспекты создания информационно-исследовательской работы в отрасли гостиничного бизнеса.

Ключевые слова: *аспект, аспектные признаки, отельный бизнес, информационно-исследовательская работа.*

Chufarlicheva A. U. Education students in linguistic universities making English-language the information and research work in the field of hotel business. The significance of aspect summarizing and analysis of English texts is revealed in this article. The using of the method of summarizing on the basis of the logical and semantic analysis of a text, for which it is necessary to group the data by implication is suggested by the author. The main aspects of creating the information and research work in the sphere of hotel business are defined and revealed.

Key words: *aspect, aspect features, hotel business, the information and research work.*

Розвиток готельного бізнесу в Україні ставить високі вимоги до рівня підготовки кадрів для цієї галузі. Зазначений бізнес є одним із видів економічної діяльності, де індивідуальність має постійно знаходитись у процесі розвитку та вдосконалення [6, с. 70].

Для якісного оновлення системи професійної підготовки фахівців сфери обслуговування та комерції особливого значення набуває проблема ефективної взаємодії у професійній сфері на основі оволодіння мовами міжнародного спілкування. У зв'язку з цим пріоритетним завданням вищої школи є поглиблення професійної підготовки фахівців з іноземних мов [3, с. 15].

Туристичний продукт є комплексом послуг і товарів, матеріальних і нематеріальних благ і ресурсів, призначених для туристичного споживання [4, с. 9]. Такий комплекс ґрунтується на банку даних, який охоплює інформацію відповідно до цільової установки і стосується наявних *ресурсів* (природні блага, об'єкти показу, об'єкти дозвілля), *матеріально-технічної бази та інфраструктури* (характеристика сполучень, інформація про вартість руху, проїзду та транспортні компанії) [9, с. 67]. *Матеріально-технічна база* характеризується категорією підприємств, що надають послуги гостинності певного класу [9, с. 18–19].

На сучасному етапі розвитку готельного бізнесу в Україні відкриваються нові можливості для майбутніх працівників цієї галузі, які ґрунтуються перш за все на інформації щодо головних принципів ведення готельного бізнесу у світі. Для цього необхідно постійно збирати, систематизувати та аналізувати існуючі дані щодо зазначеної професійної теми.

Відповідно до вимог рівня володіння іноземною мовою, відображених в освітньо-кваліфікаційній характеристиці бакалавра, студенти мають уміти проводити пошук нової текстової інформації на базі

професійно-орієнтованих джерел, проводити аналітичне опрацювання іншомовних текстів з метою отримання інформації, що необхідна для вирішення певних задач професійно-виробничої діяльності [7].

Для курсу англійської мови щодо професійного спілкування у вищому навчальному закладі програмою рекомендуються проекти або дослідницькі роботи. Така діяльність спонукає студентів до використання автентичних англомовних текстів на спеціальні теми, проведення обстежень, створення рекламної продукції чи технічних плакатів та ін. [7, с. 19]. За основною типологічною ознакою домінуючим видом діяльності й видом кінцевого продукту така робота є *інформаційно-дослідницькою* (Information and Research Project) [10, с. 64].

Для створення такої роботи, на наш погляд, доцільно застосовувати метод *поаспектного реферування* [8, с. 199-319], використання якого забезпечує ідентичність структурного запису елементів тексту та скорочення часу на його редагування. Поаспектний метод реферування базується на тому емпірично затвердженому факті, що для усестороннього аналізу й опису будь-якого предмету або явища дійсності необхідно виділити їх найважливіші аспекти.

В. І. Соловйов висвітлив питання *фасетного аналізу документів*, результати якого оформлюються у вигляді таблиці. В основі фасетного методу реферування лежить відповідний аналіз першоджерела [8].

Фасет – це класифікаційна ознака, що використовується для визначення незалежних класифікаційних угруповань [5, с. 214–222]. Застосування фасетного аналізу в процесі дослідження змісту тексту пов'язано, першочергово, з аналізом змісту певної сфери наукової галузі (теми, проблеми) та створенням роздрібненої сітки фасетів, відповідних до кількості категорій, які розкривають специфіку наукової галузі (теми, проблеми) в її різних аспектах.

Окрім вищезгаданих, існує *метод реферування на основі логіко-семантичного аналізу* тексту, що передбачає глибоке проникнення в значення первинного тексту, для чого необхідне смислове угруповання матеріалу. Виділяються смислові опорні пункти, які мають великий обсяг інформації. Вони складають основу перетвореного короткого варіанту тексту [1, с. 128].

Запропоновані методи акцентують увагу на пошуку ключових фрагментів або *аспектів* і головних ідей тексту, що пов'язано з об'єктивними труднощами, оскільки ці навички не сформовані рідною мовою, а більшість текстів описового характеру не мають чітко визначеної головної ідеї.

Метою статті є визначення та розкриття основних аспектів створення англомовної інформаційно-дослідницької роботи в галузі готельного бізнесу.

Згідно з *методикою поаспектного реферування* інформація репрезентується відповідно до кількості та змісту аспектів. *Аспекти* є анкетними ознаками – в цьому вбачається перевага такого методу. *Анкетні ознаки* – це форма викладу тексту, за якої один об'єкт характеризується за певними ознаками. Постійною інформацією є назви ознак, а змінною – їх характеристики [8].

Схема, що включає перелік основних семантичних аспектів, вважається принциповою для створення професійного тексту інформаційно-дослідницької роботи, оскільки зазначені *аспектні ознаки* властиві майже всім науковим текстам і документам. Застосування при складанні інформаційно-дослідницької роботи анкетних ознак дозволяє зробити висновки не тільки про те, що міститься в первинному документі, але й про питання, які в ньому не висвітлено.

На нашу думку, слід поєднати методикою поаспектного реферування, враховуючи головні положення логіко-семантичного аналізу тексту [1, с. 128].

Отже, створенню змістовної та якісної інформаційно-дослідницької роботи студентів вищих немовних навчальних закладів передують аналітико-синтетична обробка іншомовних текстів.

В інформаційно-дослідницькій роботі у галузі готельного бізнесу за запропонованою схемою можна досягнути не тільки семантичної тотожності з первинним документом, але й найефективнішого пошуку і сприйняття інформації. Однак не в кожному тексті можна знайти всі аспекти, визначені В. І. Соловйовим [8, с. 299-319]. Тому ми вважаємо доцільним визначити основний зміст аспектів, які необхідні для створення такої роботи.

Під час перебування в закладах розміщення враження гостя складаються на різних етапах обслуговування та сприймаються ним у комплексі. Отже, готельний продукт — це комплекс фізичних, соціальних та емоційних компонентів [11]. Тому інформаційно-дослідницька робота у галузі готельного бізнесу містить конкретну інформацію щодо служб безпосереднього обслуговування клієнтів та основних і додаткових служб і видів послуг у гостинній індустрії [2].

Таким чином, інформаційно-дослідницька робота буде містити два аспекти:

- 1. Тип розміщення відповідно до існуючих класифікацій і категорій готелів.**
- 2. Основні та додаткові служби і види послуг [2].**

Охарактеризуємо перший аспект дослідницької роботи, який є найзмістовнішим, – **тип розміщення відповідно до існуючих класифікацій готелів**.

Готель є найбільш поширеним стаціонарним типом закладу розміщення туристів, який характеризується високим рівнем матеріально-технічної бази та сервісу, широкими можливостями організації комплексного обслуговування.

Мотель – це тип дорожнього готелю. Мотелі розташовуються уздовж автомобільних трас або на під'їздах до міст і агломерацій. Умови розміщення в мотелях досить комфортні, біля них завжди є паркінг для автотранспорту.

Ботель – готель на воді, який передбачає можливість використання різноманітних плавальних засобів для розміщення туристів.

Флотель – «курорт на воді». На відміну від ботелів тут туристам надається широкий асортимент послуг для відпочинку на воді: водні лижі, мотоцикли, катамарани тощо (дуже поширені в США, Іспанії, Швейцарії).

Родтелі – пересувні готелі, які являють собою вагон з 1-2 місними кабінами, кожна з яких має санітарно-технічне обладнання, вентиляцію, персональне освітлення. Серед родтелів вирізняють ті, що призначені для масового туризму та класу «люкс».

Кемпінги, туристські бази, хатини (хижі) – засоби розміщення, які розташовуються в мальовничих місцевостях відпочинку туристів і мають усі необхідні зручності. На відміну від інших закладів розміщення зазнають значного впливу фактору сезонності.

Шале – сільський будинок у гірській місцевості. Цей тип закладів розміщення особливо поширений у Швейцарії та інших гірських країнах і місцевостях.

Бунгало – будинок у вигляді легкої споруди з верандою, їх використання в обслуговуванні туристів найбільш характерне для тропічних районів (Індія, США, острівні держави Тихоокеанського регіону, Карибського субрегіону) [11].

Класифікація та категоризація засобів розміщення розглядається як важливий фактор управління якістю обслуговування. Класифікації можуть проводитися за різними ознаками, наприклад, за місцем розташування, місткістю, орієнтацією споживача тощо. Одна з узагальнених класифікацій передбачає поділ засобів розміщення на два основних типи: заклади розміщення готельного типу і додаткові засоби розміщення. Типова класифікація засобів розміщення, яка рекомендована Всесвітньою туристичною організацією, поділяє засоби розміщення на 4 групи (табл. 1).

Таблиця 1

1. Готелі	2. Комерційні та соціальні засоби розміщення	3. Спеціалізовані засоби розміщення	4. Приватне туристичне розміщення
Мотелі, пансіонати, курортні готелі, гостьові будинки.	Турбази, молодіжні готелі, туристські кемпінги, підприємства соціального туризму.	Лікувальні готелі, транспортні засоби розміщення, родтелі, ботелі, флотелі, альпотелі.	Орендовані в приватних будинках і в агентів приміщення.

За критерієм *просторового розміщення* виділяють наступні категорії:

- *готелі в центрі міста* – зазвичай, це висотні споруди з закритою стоянкою для автомобілів у самому готелі або поруч із ним;
придорожні готелі, як правило, малоповерхові з відкритими автостоянками, ресторанами, наявністю мінімуму засобів для проведення зустрічей, іноді з басейном;
- *готелі на околиці міст і в аеропортах* – як правило, споруди мало- або середньо-поверхові з відкритою стоянкою для автомобілів, закладами відпочинку і розваг, банкетними залами, залами для конференцій, нарад;
- *готелі на воді* – плавальні засоби, які обладнано під готель для розміщення і відпочинку туристів на березі моря, річки або озера. Зазвичай, такий готель розташовується в мальовничій місцевості, недалеко від туристичних пам'яток;
- *курортні готелі* – розміщуються за межами міських територій, оскільки використовують природні і/або створені людиною пам'ятки для залучення туристів. Для таких готелів притаманний широкий набір рекреаційних засобів обслуговування, служб забезпечення напоями, їжею тощо.

За *рівнем асортименту і вартості послуг* готельні підприємства поділяються на:

- *готелі з обмеженим сервісом* – пропонують мінімум послуг і середній рівень обслуговування;
- *готелі люкс* – мають фешенебельний декор і меблі, гарно облаштовані салони і громадські приміщення, високий показник співвідношення персоналу і кількості номерів [11].

Оскільки сучасний готельний бізнес все більше орієнтується на певний сегмент ринку, вважається за доцільне виділяти декілька основних типів, характерних для сучасного розвитку галузі:

Готель-люкс – має від 100 до 400 номерів, розташовується, як правило, в центрі міста, характеризується високим рівнем обслуговування, кваліфікації персоналу, ціною, має вишукане оздоблення приміщень, розрахований на знавців, пропонує елітні послуги для гостей, в основному керівників великих підприємств, професіоналів, учасників конференцій.

Готель високого класу має від 400 до 2000 номерів. Як правило, такий готель розміщується в межах ділового центру міста, пропонує широкий набір послуг, має висококваліфікований персонал, пропонує послуги за цінами вище середнього рівня і орієнтований на бізнесменів, індивідуальних туристів, учасників конференцій тощо.

Готель середнього рівня може мати різні розміри, в залежності від місця розташування, максимально використовує сучасні технології для зниження експлуатаційних витрат. Відповідно, ціни в таких готелях утримуються на середньому в регіоні рівні.

Апарт-отель має номерний фонд від 100 до 400 кімнат з умовами, аналогічними до мебльованих кімнат, за цінами, що залежать від сезону та варіантів самообслуговування. Такі готелі орієнтовані в основному на бізнесменів і сімейних туристів, які приїжджають на довгий час.

Готель економічного класу може мати номерний фонд від 10 до 150 кімнат, розташовується поблизу центра міста, має невеликий штат персоналу, пропонує невисокі ціни на сучасні, добре обладнані кімнати, але без послуг харчування. Споживачами є, як правило, ділові люди та індивідуальні туристи, які не мають потреби в повному пансіоні.

Мотель, або готель для туристів, які подорожують автомобілем, має від 150 до 400 кімнат. Знаходиться, зазвичай, в приміській зоні, на автошляхах, при в'їзді в місто. В таких закладах розміщення пропонується середній рівень обслуговування при невеликому штаті персоналу за середнього ціною і з наданням послуг харчування, як правило, в кафетерії або їдальні.

Курортний готель може мати 100-500 номерів, розташовується на березі моря, океану, озера, в гірській місцевості, зазвичай, віддалений від міста. Тут пропонується повний набір послуг, більший, ніж в міському готелі, за цінами вище середніх. Для курортних готелів притаманні велика кількість рекреаційно-оздоровчо-спортивних споруд, дорогі ресторани, банкетні зали, приміщення для зустрічей. Орієнтовані вони на різні категорії туристів.

Готель типу кондомініуму. Його розмір може коливатися від 50 до 250 кімнат, можуть бути окремі споруди на 4-5 кімнат. Має номери типу квартир і спортивні споруди, аналогічні курортним. Окремі квартири продаються індивідуальним власникам, але правом повної власності користується компанія з управління. Квартири, які призначені для обслуговування клієнтів, що знаходяться у відпустках і на канікулах, зазвичай, розміщуються навколо курортів [11].

Другий аспект інформаційно-дослідницької роботи містить дані як про **основні служби та види послуг у готелі, так і про додаткові**.

До *основних* послуг належать:

- служба громадського харчування;
- служба прибирання приміщень;
- пральня;
- технічне обслуговування.

До *додаткових* послуг відносять:

- розважальний комплекс;
- послуги проведення конференцій, банкетів;
- послуги догляду за дитиною [2].

Створення іншомовної інформаційно-дослідницької роботи майбутніми фахівцями сфери обслуговування є однією з форм підсумкового контролю професійної підготовки фахівців у вищому навчальному закладі. Виконання такого завдання дає змогу виявити рівень засвоєння студентом теоретичних знань і практичних умінь, його здатність до самостійної роботи за обраною спеціальністю і спеціалізацією. Така робота має виконуватися на матеріалах реально функціонуючого готелю або кількох готелів, а також містити ґрунтовний аналіз накопиченого фактичного матеріалу. Студент має продемонструвати вміння здійснювати правильне узагальнення зібраної інформації, групування та обробку даних, зробити їх кваліфікований аналіз, обґрунтувати висновки та пропозиції.

Таким чином, навчання студентів вищих немовних навчальних закладів створення англomовної інформаційно-дослідницької роботи у галузі готельного бізнесу на основі реферування англomовних текстів передбачає виокремлення визначеної нами кількості аспектів (табл. 2).

Таблиця 2

АСПЕКТИ	
Тип розміщення відповідно до існуючих класифікацій та категорій готелів	Основні та додаткові служби та види послуг
1. Тип: ✓ мотель; ✓ ботель; ✓ флотель; ✓ родтель; ✓ кемпінг, туристська база, хатина; ✓ шале; ✓ бунгало.	1. Наявність основних послуг: ✓ служба громадського харчування; ✓ служба прибирання приміщень; ✓ пральня; ✓ технічне обслуговування.

<p>2. Група: ✓ готелі; ✓ комерційні та соціальні засоби розміщення; ✓ спеціалізовані засоби розміщення; ✓ приватне туристичне розміщення.</p>	
<p>3. За критерієм просторового розміщення: ✓ готелі в центрі міста; ✓ придорожні готелі; ✓ готелі на околиці міст і в аеропортах; ✓ готелі на воді; ✓ курортні готелі.</p>	<p>2. Наявність додаткових послуг: ✓ розважальний комплекс; ✓ послуги проведення конференцій, банкетів; ✓ послуги догляду за дитиною.</p>
<p>4. За рівнем асортименту і вартості послуг: ✓ готелі з обмеженим сервісом; ✓ готелі люкс.</p>	

При написанні такої роботи поаспектний метод має сприяти насамперед тому, щоб не випустити істотної інформації зі змісту первинних документів.

Запропоновані нами аспекти, що забезпечують тематичну спрямованість інформаційно-дослідницької роботи, сприятимуть чіткому розгалуженню опрацьованих питань, структурованій презентації такої роботи та сприятиме досягненню достатньо високих результатів у навчанні.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Вейзе А. А. Реферирование текста / А. А. Вейзе. – Минск : Изд-во Белорус. ун-та, 1978.
2. Воробьёва С. А. Деловой английский язык для гостиничного бизнеса / С. А. Воробьёва. – М. : «Филоматис», 2006. – 336 с.
3. Ильина Е. Н. Туроперейтинг: организация деятельности: [Учебник] / Е. Н. Ильина. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 256 с.
4. Любичева О. О. Методика розробки турів: [навчальний посібник]. – К. : “Альтерпрес”, 2003. – 104 с.
5. Маркова Н. А. Эффективная фасетная навигация в электронных коллекциях / Н. А. Маркова, О. Л. Обухова, И. В. Соловьев // Системы и средства информатики. – 2007. – № 17. – С. 214–222.
6. Педагогіка туризму: [навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів] / [За ред. В. К. Федорченка, Н. К. Фоменко, М. І. Скрипник, Г. С. Цехмістрової]. – К. : Видавничий дім “Слово”, 2004. – 296 с.
7. Програма з англійської мови для професійного спілкування / [Г. С. Бакаєва, О. А. Борисенко, І. І. Зуєнок та ін.]. – К. : Ленвіт, 2005. – 119 с.
8. Соловьев В. И. Составление и редактирование рефератов: Вопросы теории и практики. [2-е изд.] / В. И. Соловьев // Жанры информационной литературы: Обзор. Реферат. – М., 1983. – 345 с.
9. Ушаков Д. С. Прикладной туроперейтинг. [изд. 2-е, перераб. и доп.]. – Москва : ИКЦ “МарТ”, Ростов н/Д: Издательский центр “МарТ”, 2006. – 448 с.
10. Haines S. Projects for the EFL Classroom: Resource materials for teachers / S. Haines. – Walton-on-Thames Surrey : Nelson, 1989. – 108 p.
11. Обслуговування в закладах розміщення // Бібліотека економіста. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://library.if.ua/book/38/2531.html>.

УДК 378.18:303.823.3

Каткова В. П.
 Донбаський державний
 технічний університет

**ПОЗНАВЧАЛЬНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК СФЕРА ФОРМУВАННЯ
 КОМУНІКАТИВНИХ ЯКОСТЕЙ СТУДЕНТІВ-МЕНЕДЖЕРІВ**

Стаття присвячена розкриттю особливостей організації позанавчальної діяльності, яка виступає сферою формування комунікативних якостей студентів. У статті висвітлюється сутність позанавчальної діяльності студентів-менеджерів, її мета, завдання, етапи організації, комплекс методів, форми організації та засоби, які сприяють формуванню комунікативних якостей студентів зазначеного фаху.

Ключові слова: позанавчальна діяльність, студент-менеджер, комунікативні якості, комунікативні завдання, сутність позанавчальної діяльності студентів-менеджерів, професія типу суб’єкт – суб’єкт, комплекс методів та прийомів, кваліфікований менеджер, фахівець.

Каткова В. П. Внеучебная деятельность как сфера формирования коммуникативных качеств студентов-менеджеров. *Статья раскрывает особенности организации внеучебной деятельности, которая*