

of exercises and tasks for building English for Professional Purposes competence in oral speaking of perspective pediatricians are established. The groups of exercises and tasks which contain well-grounded types of exercises and tasks in accordance to the stages of building English for Professional Purposes competence in oral speaking of perspective pediatricians are outlined: presentation exercises (words, terms, grammar forms, speaking patterns); training exercises, intensive communicative practice in professional oral speaking.

The suggested system of exercises and tasks for building English for Professional Purposes competence in oral speaking of perspective pediatricians is described and the samples of exercise and tasks from the outlined groups of exercises and tasks are presented.

Keywords: system of exercises and tasks, objectives of the system of exercises and tasks, groups of exercises and tasks, stages of building English for Professional Purposes competence in oral speaking of perspective pediatricians.

Рецензент: Слюсаренко Н.В.

УДК 811.111'373.4'276.6:005.9

Чорна І. Ю.*

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ АНГЛОМОВНОЇ ЛЕКСИЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З МАРКЕТИНГУ

У статті розглянуто теоретико-методичні засади формування англійської лексичної компетентності у сфері ділового спілкування майбутніх маркетологів. Здійснено аналіз наукової літератури з питання формування лексичної компетентності, зокрема основних принципів і методів навчання лексики. Здійснено огляд ефективних підходів до викладання іноземної мови, а саме: комунікативний підхід до навчання англійської мови як найбільш ефективний для формування лексичної компетентності в діловому спілкуванні. Зазначено основні теоретичні функції дидактичних і методичних принципів, придатних для навчання англійської мови для студентів нефілологічного профілю, а також визначено ефективні методи (інтерактивні методи) навчання, спрямовані на формування лексичної компетентності в діловому спілкуванні майбутніх фахівців з маркетингу.

Ключові слова: дидактичні і методичні принципи навчання, підходи до навчання, методика навчання, лексична компетентність, ділове спілкування.

Перед визначенням основних цілей формування будь-якої іншомовної компетентності, добором матеріалів для навчання іноземної мови та укладенням системи вправ і завдань потрібно з'ясувати основні підходи та методи формування такої компетентності. Аналіз наукової літератури показав, що проблемою вибору найбільш доцільного підходу до вивчення іноземної мови займалися такі науковці, як Л. Бутова, І. Делик, К. Костюченко, Н. Морська, С. Ніколаєва, С. Смоліна, О. Тарнопольський та ін., однак єдиного чи універсального підходу не існує, оскільки мова та процес її вивчення – явище багатоскладове, до якого потрібно підходити з різних боків залежно від зовнішніх факторів впливу на процес навчання, особистісних і психологічних особливостей учнів та безпосередньо конкретно поставленого завдання – як, наприклад, формування англійської лексичної компетентності.

Для формування англійської комунікативної компетентності, одним із складових компонентів якої є лексична компетентність, насамперед потрібно визначити підходи з їх основними принципами до навчання іноземної мови, його цілі та методи, що використовуються для формування такої компетентності. Принципів, підходів і методів навчання іноземної мови існує багато, і кожен з дослідників надає перевагу тим чи іншим вищезгаданим теоретико-методичним аспектам формування певної

*© Чорна І. Ю.

компетентності. Зважаючи на специфіку теми нашого дослідження, ми виділятимемо найбільш ефективні, на нашу думку, дидактичні та методичні принципи навчання, підходи до навчання англомовної лексичної компетентності та методи формування такої компетентності.

Метою статті є визначення теоретико-методичних засад формування англомовної лексичної компетентності в діловому спілкуванні майбутніх спеціалістів з маркетингу.

Варто зазначити, що будь-який навчальний процес базується на низці основоположних принципів навчання, які дослідники класифікують у двох різновидах: дидактичні та методичні принципи навчання. До дидактичних належать принципи науковості, систематичності та послідовності навчання, доступності, навчання з життям, свідомості й активності учнів, наочності, міцності засвоєних знань, умінь і навичок, індивідуального підходу до учнів, емоційності навчання [7; 10]. Згідно зі специфікою нашого дослідження виділяємо такі дидактичні принципи навчання:

– принцип зв'язку навчання з життям полягає у використанні теоретичних знань у реальних життєвих ситуаціях, іншими словами – застосування теорії на практиці. Цей принцип є необхідним у контексті нашого дослідження, оскільки формування лексичної компетентності в діловому спілкуванні вимагає реального застосування лексичних одиниць у наближених до природних мовленнєвих ситуаціях [10].

– принцип наочності полягає у використанні допоміжних матеріалів у процесі навчання (наприклад, малюнки, фото, відео відповідного тематичного навантаження). Для кращого уявлення про ділове спілкування та відповідну професійну лексику вищезгадані матеріали принципу наочності будуть ефективно допомагати учням у формуванні уявлення про хід ділових переговорів чи інших видів ділового спілкування [7; 10].

– принцип свідомості навчання є одним із базових принципів навчання: полягає в усвідомленості та сприйнятті учнями матеріалу. У формуванні лексичної компетентності свідомий принцип навчання допоможе учням самостійно вдосконалювати знання лексичних одиниць, цілеспрямовано й осмислено вживати новий лексичний матеріал у відповідній ситуації [8].

До методичних принципів навчання дослідники [6; 7; 11] відносять: принцип комунікативності, інтегрованості навчання у видах мовленнєвої діяльності та аспектах, принцип взаємопов'язаного навчання мов і культур, урахування рідної мови й культури, доміантної ролі вправ, автентичності навчальних матеріалів, автономності учня, принцип професійної спрямованості навчального спілкування. Зважаючи на особливість тематики нашого дослідження, виділяємо такі принципи для формування лексичної компетентності в діловому спілкуванні майбутніх маркетологів:

– принцип комунікативності спрямовано на здійснення в наближених до природних мовленнєвих ситуаціях, включаючи всі особливості живого спілкування (наприклад, неочікувані реакції співрозмовника). У нашому дослідженні цей принцип навчання важливий, адже завдяки комунікативному принципу навчання в учнів сформується вміння реагувати відповідно до мовленнєвої ситуації, що може виникнути в діловому спілкуванні, вживати відповідні висловлювання та уникати конфліктів чи переконувати у власній точці зору [11, с. 7];

– принцип професійної спрямованості навчання базується на моделюванні наближених до майбутньої професійної діяльності ситуацій. Згідно зі специфікою нашого дослідження цей принцип вважаємо важливим, оскільки саме на основі професійної спрямованості відбувається добір матеріалів для навчання (лексичні одиниці), орієнтуючись на особливості майбутньої професійної діяльності, та моделюються відповідні мовленнєві ситуації під час навчання [11, с. 3].

Розглянувши дидактико-методичні принципи навчання в формуванні лексичної компетентності в діловому спілкуванні майбутніх маркетологів, доцільно розглянути підходи до навчання іноземної мови. Лінгвіст Дел Хаймс акцентує увагу

на комунікативному підході до вивчення мови та пропонує концепцію підходу до комунікативної компетентності, що складається з чотирьох позицій: Можливість (Possibility), Здійсненність (Feasibility), Доречність (Appropriateness), Подія (Occurrence). Принципи цього підходу полягає в таких питаннях:

1. Чи (і якою мірою) щось є формально можливим – стосується граматичних і культурних правил комунікативних актів;
2. Чи (і якою мірою) щось є здійсненним у силу доступних засобів реалізації – базується на психолінгвістичних факторах – таких як пам'ять й інші когнітивні, емоційні та поведінкові обмеження, спричинені особливостями людського розуму і тіла відповідно до їх навколишнього середовища;
3. Чи (і якою мірою) щось є доречним щодо контексту, у якому вживається та оцінюється – належить власне до комунікативних дій, соціальних чинників впливу та очікуваної поведінки в певній комунікативній ситуації;
4. Чи (і якою мірою) щось є фактично зробленим, насправді виконується та які наслідки спричиняє – стосується необхідності емпіричного огляду певної комунікативної ситуації [16, с. 39].

Комунікативний підхід до навчання іноземної мови передусім сприяє зануренню студентів у наближене до реального спілкування. Принципи цього підходу дещо ширше сприймають навчання іноземної мови та виходять за межі простих основ подання суворо регламентованого обсягу граматичного та лексичного матеріалів. Сама назва «комунікативний підхід» спонукає до роздумів над його призначенням і визначенням. Низка досліджень [5; 6; 15], присвячених вивченню й аналізу комунікативного підходу до навчання іноземної загальної та професійної мови зокрема, виділяють практично ідентичне визначення та призначення цього підходу.

Навчання спілкування іноземною мовою практично не можливе без комунікативного підходу, що включає в себе не лише вивчення основ мовленнєвої діяльності, а й взаємодію виучуваної мови у практичних життєвих ситуаціях професійної діяльності. Саме умови, наближені до реального середовища спілкування діловою мовою, має формувати вчитель для реалізації комунікативного підходу [6]. Доцільно зазначити, що дослідники (О. Петрушенко, І. Делик) зазначають, що принцип комунікативно спрямованого навчання визначає власне зміст навчання: добір матеріалу, мовні ситуації, добір форм для здійснення ділового спілкування та ін. [6].

Одним з основних принципів комунікативного підходу до навчання іноземної мови є формування у студентів здатності до вирішення реальних і штучно створених завдань за допомогою іноземної мови (використання відповідних видів мовленнєвої діяльності). Окрім цього комунікативний підхід становить собою широку систему спільної діяльності інших систем: мовленнєвої, комунікативної, власне мовної, систему співвідношення рідної мови з іноземною, систему структур мови (види комунікації та висловлювань), систему мовленнєвих механізмів (сприйняття, взаємодія) та ін. [5].

К. Костюченко, проаналізувавши критичні джерела з проблематики дослідження, виділив принципи навчання студентів іноземної мови за комунікативним підходом, серед яких:

- принцип стимуляції студентів до когнітивних процесів;
- заохочення та залучення студентів до висловлювань, відстоювання власної точки зору, використання власного досвіду в обґрунтуванні своєї позиції та ін. під час імітації реальної комунікативної ситуації;
- активізація учасників комунікативного процесу (вчитель виконує роль керівника – інформативну, наглядову, консультативну – без надлишкового втручання в сам процес навчання) [5].

Опираючись на концепцію Д. Хаймса та вищезгаданих дослідників, розуміємо, що для формування англomовної лексичної компетентності в діловому спілкуванні

майбутніх маркетологів одним із найбільш доречних, на нашу думку, буде використання комунікативного підходу до навчання іноземної мови.

У контексті формування лексичної компетентності ділової комунікації маркетологів доцільно розглянути й аспектний підхід до навчання. Українські дослідники (О. Тарнопольський, З. Корнева), вивчаючи аспектний підхід до навчання професійно орієнтованої іноземної мови в немовних ВНЗ, вважають, що у формуванні професійно орієнтованої комунікативної компетентності, окрім базових компетентностей, варто включати ще низку певних спеціальних субкомпетентностей. Це зокрема:

- лінгвістична субкомпетентність – уміння мовця висловлюватись та розуміти іншомовну комунікацію;
- прагматична субкомпетентність – уміння коректно сприймати мовлення відповідно до комунікативної ситуації;
- соціолінгвістична субкомпетентність – уміння розуміти іншомовне мовлення з урахуванням культурних норм і правил іноземних учасників спілкування;
- психологічна субкомпетентність – уміння добирати підхід відповідно до ситуації професійного мовлення;
- предметна субкомпетентність – знання безпосереднього предмета спілкування;
- формально-логічна субкомпетентність – уміння логічно висловлюватися за допомогою формальних мовних засобів зв'язності мовлення [13, с. 232-235].

О. Тарнопольський та З. Корнева пропонують використовувати вищезазначені субкомпетентності як навчальні аспекти професійної (ділової) іноземної мови. Таким чином, багатоаспектний підхід науковців, опираючись на дослідження матеріалів з питання аспектного підходу до вивчення іноземної мови студентами немовних спеціальностей, опирається на лінгвістичний (лінгвістична та прагматична субкомпетентності), соціолінгвістичний (соціолінгвістична та прагматична субкомпетентності), предметний (професійно орієнтована та формально-логічна субкомпетентності) та психологічний (психологічна компетентність) аспекти формування англomовної комунікативної компетентності [13, с. 236].

У вивченні іноземної мови з метою формування лексичної компетентності у студентів напряму підготовки «Маркетинг» необхідним буде й застосування інтегрованого підходу до навчання. Значущість інтегрованого підходу полягає в застосуванні всіх видів розмовної діяльності (мовленнєвої) водночас, оскільки мовлення є явищем нероздільним і не обмежується лише застосуванням певних завчених граматичних структур чи ЛО. Окрім цього принцип використання вищезгаданого підходу дозволяє використовувати будь-які форми роботи під час навчального процесу [9, с. 19].

К. Шевчук, досліджуючи інтегрований підхід з ретроспективної точки зору, виявив, що інтегрований підхід варто розглядати як процес взаємного впливу знань через їх спільні риси [14]. Окрім цього дослідник виділив функції та форми інтеграційного процесу навчання в освітньому аспекті: «Інтеграція в освіті виконує такі функції: освітню, виховну, розвивальну, психологічну, методологічну, організаційну. Інтеграція може мати різні форми – предметно-образну, понятійну, світоглядну, діяльнісну, концептуальну» [6, с. 50].

Розглянувши вищезгадані підходи до вивчення іноземної мови, ми вважаємо, що для формування англomовної лексичної компетентності в діловому спілкуванні майбутніх маркетологів ефективним буде використання таких підходів, як комунікативний, інтегрований та аспектний, оскільки:

- комунікативний підхід надає змогу майбутнім маркетологам розвинути мовленнєву діяльність в аудиторних, наближених до реального спілкування ситуаціях;
- інтегрований підхід забезпечить взаємодію всіх аспектів мовленнєвої діяльності майбутніх спеціалістів з маркетингу в контекстуальному варіанті розмовного мовлення,

збільшити практичне та індивідуальне направлення навчання, не втрачаючи цілісності навчального процесу в загальному;

– аспектний підхід буде допоміжним у формуванні окремо орієнтованих частин розвитку мовленнєвої діяльності та допоможе комплексно підійти до визначення цілей курсу з урахуванням усіх необхідних для комунікативної компетентності аспектів.

Окрім вибору підходу до навчання для формування англомовної лексичної компетентності в діловому спілкуванні, необхідно підібрати методи, що використовуватимуться вчителем для задоволення цілей уроку та фахових потреб учнів. Фактично кінцевою метою курсу вивчення іноземної мови є вміння майбутніх фахівців певного профілю підготувати комунікувати такою мовою, оскільки саме в комунікативному процесі якнайповніше виражаються всі мовні та мовленнєві компетентності в сукупності та кожен окремо [13]. У зв'язку з цим значна роль надається комунікативному методу навчання.

Отже, у комунікативному підході використовується комунікативний метод навчання. Зарубіжні дослідники вважають, що комунікативний метод навчання іноземної мови є безперечно важливим у системі освіти, оскільки більш сфокусований на комунікативній компетентності в цілому, ніж на звичному вдосконаленні структур мови. Сутність комунікативного методу полягає в розвитку видів мовленнєвої діяльності, поглибленні студентами розуміння взаємозалежності мови і комунікації та застосуванні засобів, вправ, форм навчання відповідно до природного ситуативного мовлення, де вчитель радше скеровує процес навчання в потрібне русло, однак керують ходом навчального процесу самі учні [3].

Серед ефективних методів у процесі навчання вчені виділяють активні методи навчання, що сприяють активності студентів під час навчання. Такими методами є імітаційні (ігрові та неігрові), що застосовуються для створення максимально природної комунікативної ситуації для професійно орієнтованого розвитку іноземної комунікативної компетентності, та неімітаційні; інтерактивні методи навчання із залученням новітніх технологій, зазвичай мультимедійних [3, с. 195-196].

У формуванні англомовної лексичної компетентності в діловому спілкуванні майбутніх маркетологів пропонуємо використовувати методіку комунікативного методу навчання, що спрямований на розвиток мовленнєвих здібностей учнів і поглиблення знань з іноземної мови. Для ефективного вивчення іноземної мови, зокрема формування лексичної компетентності в діловому спілкуванні, особливу увагу надаємо інтерактивним методам навчання, які не лише використовують технології в процесі навчання та дозволяють вирішити поставлені перед учнями завдання комунікативно, підготровуючи до співробітництва всіх учасників спілкування, а й мають кілька принципів:

– взаємозв'язок позитивного напрямку – успіх цілої групи залежить від результатів плідної праці кожного з учасників комунікації;

– особиста відповідальність індивідів – перебуваючи в групі, індивідуальне завдання кожного учасника групової роботи відрізняється від завдань його колег, і студент вирішує його самостійно (таким чином студенти працюють над одною поставленою метою, виконуючи кожен свою частину роботи);

– участь кожного індивіда в комунікативній ситуації на однакових умовах – мається на увазі однакова кількість часу на виконання певного завдання, висловлення власної точки зору або ж участь у діалозі чи бесіді;

– колективна одночасна робота учасників навчального процесу – уривок заняття, на якому всі учасники одночасно залучаються до спільної роботи над завданням [4].

Проаналізувавши літературу з проблеми добору методів навчання [3; 4; 12; 13], виділяємо в контексті нашого дослідження дві групи активних методів навчання – імітаційні та неімітаційні. Конкретизуємо, що для формування англомовної лексичної компетентності в діловому спілкуванні майбутніх маркетологів, ураховуючи особливості

їх фахово орієнтованого дискурсу та особливості формування власне лексичної компетентності, акцентуємо увагу на різновидах імітаційних та неімітаційних методів навчання:

– серед імітаційних методів вважаємо ефективним застосування ігрових методів навчання – таких як ділова гра, рольова гра, та неігрового методу аналізу конкретних ситуацій;

– серед неімітаційних методів до ефективних відносимо неігровий метод дискусії [12; 13].

Ігрові методи навчання допомагають створити позитивну атмосферу співпраці, зацікавити учнів у спільній роботі, заохочують до висловлювання власної точки зору і загалом підвищують продуктивність роботи під час навчання. Для кращого розуміння кожного з вищезгаданих методів розглянемо їх більш детально в контексті формування англомовної компетентності в діловому спілкуванні [2; 12]:

1. Ділова гра становить собою дидактичний метод навчання, основним завданням якого є моделювання реального явища чи ситуації різними засобами навчання із задалегідь поставленою загальною кінцевою метою гри, в якій кожному учаснику відведено певну роль у спілкуванні. При формуванні лексичної компетентності ділового спілкування маркетологів застосування методу ділової гри допоможе сформувати в учнів загальне уявлення ділового спілкування іноземною мовою в конкретно сформованій та максимально наближеній до реальної мовленнєвій ситуації фахової спрямованості з уживанням нових і наявних лексичних одиниць, що відповідатимуть саме цій ситуації.

2. Метод рольової гри є дещо простішим явищем, ніж ділова гра, і переважно спрямований на усвідомлення учнями особливостей конкретної посади та аналіз певних ситуацій. У контексті нашого дослідження, що спрямоване на формування ЛК у діловому спілкуванні, цей метод буде ефективним для підготовки учнів до конфліктних та інших бентежливих ситуацій, які виникають у світі ділових відносин.

3. Метод аналізу ситуацій полягає в тому, що учні, маючи чітко поставлену ситуацію, пропонують способи її вирішення для взаємовигідного для всіх учасників спілкування; метою цього методу є досягнення консенсусу способом обговорення поставленого питання. Такий метод, на нашу думку, має бути присутнім при формуванні лексичної компетентності в діловому спілкуванні, оскільки ділове спілкування має низку певних норм, які вимагають аналізу словесної поведінки учасників комунікації.

4. Метод дискусії за основний принцип має доведення власної позиції стосовно певного питання шляхом аналізу й обґрунтованих висловлювань. У формуванні компетентності він буде ефективним для поглиблення професійних якостей майбутніх спеціалістів з маркетингу, таких як уміння переконувати та відстоювати власну точку зору, дотримуючись усіх правил поведінки, яких вимагають ділові види спілкування.

Аналіз критичних джерел з питань добору дидактичних і методичних принципів навчання, підходів до навчального процесу та методів формування комунікативної компетентності дозволяє зробити висновок, що в контексті формування англомовної лексичної компетентності в діловому спілкуванні майбутніх маркетологів найбільш доцільними є дидактичні принципи свідомості, зв'язку навчання з реаліями життя та принцип наочності; методичні принципи комунікативності та професійної спрямованості навчання; комунікативний, інтегрований та аспектний підходи до навчання; активні методи навчання, зокрема імітаційні (ігрові) та неімітаційні.

Перспективи подальшого дослідження полягають у пошуку шляхів ефективного використання проаналізованих теоретико-методичних засад формування англомовної лексичної компетентності в діловому спілкуванні майбутніх маркетологів.

Література:

1. Бондар С. П. Класифікація методів активізації навчально-пізнавальної діяльності та її застосування в умовах диференціації навчання [Електронний ресурс] / С. П. Бондар. – Режим доступу : http://www.lib.iitta.gov.ua/106694/1/Tza2010_BSP.pdf.
2. Зимняя И. А. Психология обучения неродному языку / Ирина Алексеевна Зимняя. – М. : Русский язык, 1989. – 219 с.
3. Иванова О. В. Эффективные методы изучения иностранных языков [Електронний ресурс] / О. В. Иванова, О. Р. Журба. – Режим доступу : <http://academy-journals.in.ua/index.php/visnyk/article/view/274/249C.193-198>.
4. Омельченко Я. Є. Інтерактивні методи навчання у викладанні англійської мови студентам гуманітарних дисциплін [Електронний ресурс] / Я. Є. Омельченко. – Режим доступу : http://www.virtkafedra.ucoz.ua/el_gurnal/pages/vyp11/1/Omelchenko.
5. Костюченко К. Е. Сущность и принципы коммуникативного обучения студентов английскому языку за профессиональной направленностью [Електронний ресурс] / К. Е. Костюченко. – Режим доступу : <http://www.jurnal.org/articles/2016/ped15.html>.
6. Комунікативно-когнітивний підхід до формування культури англійської професійного спілкування студентів економічних спеціальностей [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sworld.com.ua/konfer32/189>.
7. Методика навчання іноземних мов і культур: теорія і практика : [підручник для студентів класичних, педагогічних і лінгвістичних університетів] / [О. Б. Бігич, Н. Ф. Бориско, Г. Е. Борецька та ін.] / за заг. ред. С. Ю. Ніколаєвої. – К. : Ленвіт, 2013. – 590 с.
8. Миролюбов А. А. Сознательно-сопоставительный метод обучения иностранным языкам / Александр Александрович Миролюбов. – М. : Изд. МИПКРО, 1998. – 55 с.
9. Морська Н. О. Інтегрований підхід до викладання іноземної мови / Н. О. Морська // Проблеми лінгвістики науково-технічного і художнього тексту та питання лінгвометодики : [збірник наукових праць] // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2001. – № 419. – С. 18-20.
10. Основні дидактичні принципи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://pidruchniki.com/1228032434982/pedagogika/osnovni_printsipi_navchannya
11. Пассов Е. И. Урок иностранного языка в средней школе / Ефим Израилевич Пассов. – М. : Просвещение, 1988. – 223 с.
12. Смолкин А. М. Методы активного обучения / А. М. Смолкин. – М. : Высшая школа, 1991. – 176 с.
13. Тарнопольський О. Б. Аспектний підхід до навчання англійської мови для спеціальних цілей у немовних ВНЗ / О. Б. Тарнопольський, З. М. Корнева // Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна. – 2011. – Вип. 18. – С. 231-239.
14. Шевчук К. Інтегрований підхід до навчання: ретроспективний аналіз / К. Шевчук // Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Сер. Педагогіка і психологія. – 2007. – № 20. – С. 50-55.
15. An Analysis of Language Teaching Approaches and Methods – Effectiveness and Weakness [Electronic resource]. – Available from : <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED497389.pdf>
16. Handbook of Communication (Hymes D. On communicative competence / D. Hymes. – Harmondsworth : Penguin, In Pride and Holmes (eds.), 1972. – P. 269-293.

Чорна І. Ю.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ЛЕКСИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО МАРКЕТИНГУ

В статье рассмотрены теоретико-методические основы формирования английской лексической компетентности в области делового общения будущих маркетологов. Осуществлен анализ научной литературы по вопросу формирования лексической компетентности, в частности основных принципов и методов обучения лексики. Осуществлен обзор эффективных подходов к преподаванию иностранного языка, а именно: коммуникативный подход к обучению английскому языку как наиболее эффективный для формирования лексической компетентности в деловом общении. Указаны основные теоретические функции дидактических и методических принципов, пригодных для обучения английскому языку студентов нефилологического профиля, а также определены методы

(интерактивные методы) обучения, направленные на формирование лексической компетентности в деловом общении будущих специалистов по маркетингу.

Ключевые слова: дидактические и методические принципы обучения, подходы к преподаванию, методы преподавания, лексическая компетентность, деловое общения.

Chorna I. Yu.

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL BASES OF ENGLISH LEXICAL COMPETENCE FORMATION FOR PERSPECTIVE MARKETOLOGISTS

The process of European integration is impossible without changes in the educational process, as modern society tends to high-quality preparation of future specialists in different fields of knowledge. Accordingly, the methods of teaching, principles of teaching and approaches to teaching foreign language should be treated more attentively. The article deals with the research of methodological backgrounds of English lexical competence formation in business communication of future marketologists. The work focuses on the content analysis of the critical literature on the issue of formation of lexical competence, including the verification of the most common principles and methods of vocabulary teaching. The article aims to identify the most effective principles, methods and approaches to teaching that facilitate the formation of lexical competence in business communication of perspective marketologists. In consequences of the research the overview of the effective approaches to teaching foreign language: namely the communicative approach to teaching English as the most efficient for lexical competence formation in business communication is done. The distinguishing of the main theoretical functions of didactic and methodological principles appropriate for teaching English language for students of non-philological profile are provided and the defining of main methods (interactive methods) of teaching aimed at forming of lexical competence in business communication of prospective marketologists has been done. Moreover, article proves the validity of application of the following approaches to teaching while forming English lexical competence in business communication: communicative, integrated and aspect approach to teaching. Article is supplemented with samples of interactive methods of teaching essentials of business communication and lexical competence formation.

Keywords: didactic and methodological principles of teaching, approaches to teaching, methods of teaching, lexical competence, business communication.

Рецензент: Кузьменко В. В.

УДК 004.72(002.+371.33)

Юхно Н. В.*

ТЕХНОЛОГІЯ МОБІЛЬНОГО НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ МЕДИЧНОГО КОЛЕДЖУ У ПРОЦЕСІ ФАХОВОЇ ПІДГОТОВКИ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

У статті теоретично обґрунтовано технологію мобільного навчання студентів медичного коледжу у процесі фахової підготовки. Автором зазначено, що результатом фахової підготовки є сформована готовність до цього виду діяльності. При обґрунтуванні педагогічної технології у статті виокремлено такі етапи підготовки: мотиваційний, когнітивний та технологічний. Автором акцентовано увагу на тому, що всі три етапи спрямовано на комплексну фахову підготовку майбутніх медичних працівників до використання мобільних технологій, формування всіх структурних компонентів готовності (мотиваційного, когнітивно-операційного, креативного, оцінювально-рефлексивного).

Ключові слова: технологія, фахова підготовка, готовність, компоненти, студент, медичний коледж, мобільне навчання.

Світові тенденції розвитку медицини, кардинальні зміни сучасної системи охорони здоров'я та медичної освіти, соціальні, економічні, етичні, правові особливості

*© Юхно Н. В.