

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

На правах рукопису

ПЕРЕВОЗНЮК НАТАЛІЯ МИКОЛАЇВНА

УДК: 378+37.015.6+372.461+81'243+37.047

**ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОГО ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ У
МАЙБУТНІХ ЕКОНОМІСТІВ У ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ПРОФЕСІЙНО-
ОРІЄНТОВАНИХ ДИСЦИПЛІН**

Спеціальність: 13.00.04 – теорія і методика професійної освіти

Дисертація на здобуття наукового ступеня
кандидата педагогічних наук

Науковий керівник:
Яворська Галина Харлампіївна
доктор педагогічних наук,
професор

Херсон – 2016

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОГО ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ У МАЙБУТНІХ ЕКОНОМІСТІВ.....	11
1.1. Спілкування як предмет міждисциплінарних наукових досліджень.....	11
1.2. Сутність іншомовного ділового спілкування фахівців економіки	26
1.3. Особливості організації іншомовної професійно-орієнтованої підготовки майбутніх економістів у вищій школі	35
Висновки до першого розділу.....	66
РОЗДІЛ 2. МОДЕЛЬ ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОГО ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ У МАЙБУТНІХ ЕКОНОМІСТІВ У ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ПРОФЕСІЙНО-ОРІЄНТОВАНИХ ДИСЦИПЛІН.....	69
2.1. Методичні засади формування іншомовного ділового спілкування у майбутніх економістів у процесі вивчення професійно-орієнтованих дисциплін.....	69
2.2. Педагогічні умови формування іншомовного ділового спілкування у майбутніх економістів	115
2.3. Сучасний стан проблеми формування іншомовного ділового спілкування у майбутніх економістів	128
Висновки до другого розділу.....	149
РОЗДІЛ 3. ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА ПЕРЕВІРКА МОДЕЛІ ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОГО ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ У МАЙБУТНІХ ЕКОНОМІСТІВ У ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ПРОФЕСІЙНО-ОРІЄНТОВАНИХ ДИСЦИПЛІН.....	153
3.1. Організація та хід експериментально-дослідного навчання майбутніх економістів іншомовного ділового спілкування у процесі вивчення професійно-орієнтованих дисциплін	153
3.2. Результати педагогічного експерименту та їх інтерпретація.....	192
Висновки до третього розділу	202
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	205
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	209
ДОДАТКИ.....	237

ПЕРЕЛІК СКОРОЧЕНЬ

ВНЗ	вищий навчальний заклад
ДС	ділове спілкування
ПДС	професійно-ділове спілкування
ІПДС	іншомовне професійно-ділове спілкування
ІПДКК	іншомовна професійно-ділова комунікативна компетентність
ІМД	іншомовна мовленнєва діяльність

ВСТУП

Актуальність дослідження. Відповідно до положень Національної стратегії розвитку освіти в Україні на 2012-2021 роки [133], Національної доктрини розвитку освіти України у XXI ст.[132], Державної національної програми “Освіта” (Україна XXI століття) [52], Закону України “Про вищу освіту” [65] проблема іншомовного ділового спілкування економістів у контексті сучасних тенденцій в економіці, суспільстві та вищій освіті набуває актуальності та важливості, обумовлюючись зростаючими темпами міжнародної економічної взаємодії, що підвищує вимоги до якості професійної освіти студентів економічного профілю.

Зважаючи на широке запровадження компетентнісного підходу до професійної підготовки у вищих навчальних закладах, головною метою та результатом навчально-виховного процесу на сучасному етапі проголошено формування професійної компетентності фахівця, важливим компонентом якої є здатність до спілкування, уміння налагоджувати ділову кооперацію, спілкуючись іноземною мовою, що підтверджує значущість іншомовної професійно-орієнтованої підготовки для забезпечення професіоналізації особистості студента.

Оскільки навчання майбутніх економістів іншомовного ділового спілкування є важливим завданням, що постає перед системою вищої професійної освіти, взагалі, та перед іншомовною професійно-орієнтованою підготовкою, зокрема, дана проблематика знайшла відображення в багатьох дослідженнях науковців: різні аспекти професійної підготовки майбутніх фахівців, міждисциплінарної інтеграції, проблеми навчання професійно-орієнтованої іноземної мови та ділового спілкування досліджували Н. Р. Барабанова, К. Г. Вишневська, О. М. Гавриленко, О. О. Заболотська, І. О. Зимня, Д. І. Ізаренков, О. Г. Каверіна, С. П. Кожушко, С. В. Козак, К. С. Матвєєва, Г. В. Рогова, Л. Г. Русалкіна, О. В. Співаковський, О. Б. Тарнопольський, Б. І. Холод, Н. Є. Шиліна, К. W. Davis, M. Ellis, C. Johnson, A. D. Miles, S. Norman, J. C. Richards, S. Sweeney, T. Trappe та ін.; питання професіоналізації особистості студента, сутності понять “компетентність” та “компетенція”, а також формування професійної компетентності майбутніх фахівців відображено у наукових працях Є. С. Барбіної, І. Д. Бех, Н. М. Бібік,

В. Ф. Вишпольської, О. В. Ільїної, С. А. Ісаєнко, В. О. Калініна, В. В. Корнещук, А. К. Маркової, Л. Г. Подоляк, Н. П. Томасевич, Г. Х. Яворської та ін.; сутність та структуру іншомовної комунікативної компетентності, у тому числі в контексті професійної діяльності обґрунтовували Л. В. Айзікова, О. В. Алексеєва, А. С. Андрієнко, Н. В. Берестецька, Д. В. Бубнова, Н. І. Гез, В. П. Гордієнко, M. Canale, M. Celce-Murcia, N. Chomsky, A. Duranti, D. H. Hymes, E. Llurda, W. T. Littlewood, J. C. Richards, S.J. Savignon, M. Saviile-Troike, M. Swain, та ін.; фундаментальні положення педагогіки вищої школи висвітлено у наукових працях І. Д. Бех, С. С. Вітвицької, З. Н. Курлянд, В. Л. Ортинського, Р. І. Хмелюк та ін.; дослідження сутності та особливостей міжособистісного спілкування у філософському, психологічному, соціальному та педагогічному контекстах представлено у наукових працях Б. Г. Ананьєва, В. П. Андрущенко, Л. П. Буєвої, Л. С. Виготського, М. С. Кагана, Г.О. Ковальова, Б. Ф. Ломова, М. Р. Львова, А. В. Мудріка, В. М. Соковніна та ін.

Проте, аналіз сучасного стану організації іншомовної професійно-орієнтованої підготовки у вищій школі виявив ряд проблем: подекуди ще мають місце її недостатня професійна спрямованість, недостатня комунікативність, невідповідність змістового наповнення сучасним тенденціям в економіці, нестача уваги до соціокультурних особливостей спілкування, що висуває необхідність подальшої розробки теоретико-методичних засад організації навчання майбутніх економістів іншомовного ділового спілкування з метою оптимізації даного процесу.

Окреслені проблеми дають змогу констатувати ряд суперечностей між:

- зростаючими вимогами до якості професійної освіти майбутніх економістів та необхідністю посилення зв'язків іншомовної професійно-орієнтованої підготовки з профільними економічними дисциплінами;
- нагальними потребами суспільства та держави у висококваліфікованих економістах, здатних успішно взаємодіяти з іноземними партнерами, та недостатньою сформованістю іншомовної комунікативної компетентності студентів – майбутніх економістів;
- наявністю потенційних можливостей іншомовної професійно-орієнтованої

підготовки у вищих навчальних закладах для ефективного навчання іншомовного ділового спілкування та недостатньою розробленістю теоретико-методичних засад організації такого навчання.

Актуальність і значущість проблеми, необхідність розв'язання виявлених суперечностей зумовили вибір теми дослідження: **“Формування іншомовного ділового спілкування у майбутніх економістів у процесі вивчення професійно-орієнтованих дисциплін”**.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертація виконана відповідно до наукової теми кафедри педагогіки “Інтегративні технології формування і розвитку особистісних та професійних якостей фахівців” (реєстраційний номер 0110U002179), що входить до тематичного плану досліджень Державного закладу “Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського”. Тему дисертації затверджено на засіданні вченої ради Державного закладу “Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського” (протокол №7 від 25.03.2010 р.) й узгоджено в Міжвідомчій раді із координації наукових досліджень в галузі педагогіки і психології НАПН України (протокол № 6 від 28.09. 2010 р.).

Об'єкт дослідження: професійна підготовка майбутніх економістів у вищих навчальних закладах.

Предмет дослідження: методичні засади формування іншомовного ділового спілкування у майбутніх економістів у процесі вивчення професійно-орієнтованих дисциплін.

Мета дослідження: обґрунтувати, розробити та експериментально перевірити модель формування іншомовного ділового спілкування у майбутніх економістів у процесі вивчення професійно-орієнтованих дисциплін.

Гіпотеза дослідження ґрунтується на припущенні, що процес формування іншомовного ділового спілкування у майбутніх економістів у процесі вивчення професійно-орієнтованих дисциплін буде більш результативним, якщо буде засновуватись на науково обґрунтованій моделі, яка охоплює такі аспекти його організації, як мета, підходи, принципи, зміст, засоби, методи, прийоми, а також такі

педагогічні умови: запровадження інтеграційного освітнього середовища у процес навчання майбутніх економістів іншомовного ділового спілкування, залучення студентів до активної міжособистісної взаємодії у ситуаціях, наближених до реальної професійної діяльності, сприяння зацікавленості студентів до опанування іншомовного ділового спілкування; буде спрямований на формування іншомовної комунікативної компетентності майбутніх економістів як складного особистісного феномена, що відображає здатність до ефективного спілкування у професійній діяльності засобами іноземної мови.

Відповідно до об'єкта, предмета та поставленої мети визначено такі **завдання дослідження**:

1. уточнити сутність понять: “ділове спілкування економістів”, “іншомовне ділове спілкування економістів”, “іншомовна комунікативна компетентність”;
2. проаналізувати особливості організації іншомовної професійно-орієнтованої підготовки майбутніх економістів у вищій школі;
3. обґрунтувати та реалізувати педагогічні умови формування іншомовного ділового спілкування у майбутніх економістів;
4. розробити та експериментально перевірити модель формування іншомовного ділового спілкування у майбутніх економістів у процесі вивчення професійно-орієнтованих дисциплін.

Для вирішення поставлених у дослідженні завдань, досягнення мети і перевірки гіпотези використовувався комплекс взаємопов'язаних **методів**:

Теоретичні методи: аналіз та синтез філософської, педагогічної, психологічної літератури, порівняння, аналогія, узагальнення та систематизація концептуальних теоретичних положень для обґрунтування понятійного апарату дослідження, а також експериментальної моделі організації навчання з формування основ іншомовного ділового спілкування у майбутніх економістів у процесі вивчення професійно-орієнтованих дисциплін (підрозділи 1.1, 1.2, 1.3, 2.1, 2.2, 2.3 дисертації);

Емпіричні методи: спостереження, бесіди з викладачами іноземної мови та фахових дисциплін, науковцями у галузі економіки з метою з'ясування існуючих проблем організації іншомовної професійно-орієнтованої підготовки майбутніх

економістів, анкетування студентів та тест самооцінки з виявлення зацікавленості до вивчення іноземної мови; педагогічний експеримент (констатувальний, основний та контрольньо-узагальнюючий етапи) з метою перевірки ефективності розробленої моделі (підрозділи 2.3, 3.1, 3.2 дисертації);

Методи математичної статистики для визначення достовірності результатів на основі аналізу емпіричних даних (підрозділ 3.2 дисертації).

Наукова новизна одержаних результатів дослідження полягає в тому, що:

- *вперше* розроблено та апробовано модель формування іншомовного ділового спілкування у майбутніх економістів у процесі вивчення професійно-орієнтованих дисциплін, яка представлена цільовим, діагностичним, організаційним, контрольньо-узагальнюючим блоками та охоплює такі аспекти організації цього процесу, як мета, підходи, принципи, зміст, засоби, методи, прийоми, а також сукупність педагогічних умов, серед яких висунуто та обґрунтовано необхідність запровадження інтеграційного освітнього середовища у процес навчання майбутніх економістів іншомовного ділового спілкування як базової умови, яка ґрунтується на сучасних інтеграційних тенденціях у вищій освіті у контексті іншомовної підготовки майбутніх економістів, а також інших умов: залучення студентів до активної міжособистісної взаємодії у ситуаціях, наближених до реальної професійної діяльності, сприяння зацікавленості студентів до опанування іншомовного ділового спілкування;

- *уточнено* сутність понять “ділове спілкування економістів” та “професійне спілкування економістів” через їх об’єднання в єдину термінологічну категорію “професійно-ділове спілкування економістів” – складний процес міжособистісної професійно-ділової взаємодії, що здійснюється іноземною мовою та вимагає від сторін спілкування активного прояву власних професійних знань та якостей з метою встановлення ділових контактів, налагодження ефективного співробітництва для вирішення широкого ряду завдань у межах професійної діяльності економістів. Уточнено сутність поняття “іншомовна комунікативна компетентність” шляхом уведення поняття “іншомовна професійно-ділова комунікативна компетентність економіста”, визначено її сутність та структуру;

- *визначено* критерії та показники здатності майбутніх економістів до іншомовного ділового спілкування: мотиваційний критерій та показники (зацікавленість до опанування іншомовного ділового спілкування, усвідомлення важливості володіння іноземною мовою для професійної діяльності економіста, бажання використовувати іноземну мову у подальшій професійній діяльності) та комунікативно-практичний критерій та показники (лінгвістично-мовленнєвий, професійний, соціокультурний, інтеракційний);
- *набули подальшого розвитку* положення щодо організації іншомовної професійно-орієнтованої підготовки майбутніх економістів у вищій школі.

Практичне значення дослідження визначається розробкою методичних рекомендацій до організації іншомовної професійно-орієнтованої підготовки студентів економічних спеціальностей “До проблеми іншомовного професійно-ділового спілкування”; факультативного спецкурсу “Основи іншомовного професійно-ділового спілкування”; комплексів контрольних завдань для визначення рівнів сформованості іншомовної професійно-ділової комунікативної компетентності та методики їх оцінювання.

Матеріали дисертації можуть застосовуватися для написання наукових статей, укладання методичних рекомендацій, навчальних програм, планів занять з іноземної мови та інших дисциплін, а також як ресурс для ознайомлення зі специфікою іншомовної професійно-орієнтованої підготовки майбутніх економістів.

Результати дисертаційного дослідження впроваджено у навчально-виховний процес Одеського національного економічного університету (акт про впровадження № 01-17/1962 від 15.12.2014 р.), Міжнародного гуманітарного університету (м. Одеса) (довідка № 286 від 03.06.2015 р.), Одеської національної академії зв’язку імені О.С. Попова (довідка № 01-22-52 від 15.06.2015 р.), Одеського національного політехнічного університету (довідка № 2517/05-02 від 07.09.2015 р.), Херсонського національного технічного університету (довідка № 12-216 від 16.09.2015 р.).

Апробація результатів дослідження. Основні положення та результати дослідження оприлюднювалися на *міжнародних* конференціях: “Розбудова освіти для суспільства знань: мова, полікультурність, особистість” (Умань, Уманський

державний педагогічний університет ім. П. Тичини, 2010 р.), “Сучасна вища освіта в умовах реформування: проблеми, теорія, практика” (Одеса, Південноукраїнський національний педагогічний університет ім. К.Д. Ушинського, 2010 р.), “Сучасні стратегії університетської освіти: якісний вимір” (Київ, Київський університет ім. Б. Грінченка, 2012 р.), “Становлення особистості професіонала: перспективи й розвиток” (Одеса, Міжнародний гуманітарний університет, 2012, 2013, 2014 рр.), а також на *Всеукраїнській* науково-практичній конференції з міжнародною участю “Становлення особистості професіонала: перспективи й розвиток” (Одеса, Одеський державний університет внутрішніх справ, 2011 р.).

Публікації: Основні положення і результати дисертації висвітлено у 21 одноосібній публікації, з них 11 – статті у наукових фахових виданнях України, 1 – стаття у зарубіжному фаховому виданні, 7 – тези в збірниках матеріалів конференцій, 2 – методичні видання.

Структура дисертації. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (280 найменувань), 9 додатків, 18 таблиць та 17 рисунків. Загальний обсяг роботи становить 348 сторінок, з них основного тексту – 208 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОГО ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ У МАЙБУТНІХ ЕКОНОМІСТІВ

1.1. Спілкування як предмет міждисциплінарних наукових досліджень

Важливим показником професіоналізму, від якого значно залежить ефективність праці, є здатність до спілкування, комунікабельність, уміння налагоджувати ділову міжособистісну кооперацію. Враховуючи важливість феномена спілкування, у наукових колах здійснювалося чимало досліджень означеної проблематики, адже феномен спілкування знаходиться на перехресті розвідок різних наук: філософія, соціологія, педагогіка, методика викладання мов, лінгвістика й соціолінгвістика, психологія, психолінгвістика, комунікативна лінгвістика, риторика й ін. Однак, за нашими спостереженнями, всебічного вивчення феномен спілкування набув лише у 70 – 80 рр. ХХ ст., ставши предметом пошуку багатьох наукових конференцій та інших масштабних досліджень, зокрема: “Спілкування як педагогічна проблема”, “Спілкування як предмет теоретичних та прикладних досліджень”, “Спілкування та розвиток психіки”, “Спілкування та культура особистості”, “Спілкування та оптимізація спільної діяльності” [140; 141; 142; 143; 144] та ін.

У науковій літературі наявний досить широкий діапазон поглядів на феномен спілкування, яке розуміється науковцями: як соціальне явище (Т.З. Адамьянц, В.П. Андрущенко, В.І. Волович, М.І. Горlach та ін.), як взаємодія, взаємозв’язок (О. Бодальов, Л.П. Буєва, Б.Ф. Ломов й ін.), як діяльність (М.С. Каган, О.О. Леонтєв, Ю.І. Пассов, І.О. Старшиніна та ін.), як універсальна реальність, в якій розвиваються психічні процеси особистості (Б.Г. Ананьєв, Г.О. Ковальов, Л.О. Радзиховський та ін.)

Вивченню спілкування як педагогічної проблеми було присвячено праці О.В. Буданова, О.С. Газмана, О.В. Мудріка, С.Д. Полякова, Ф.О. Фрадкіна та ін.

Так, О.В. Мудрік зауважує, що, спілкування містить у собі величезні педагогічні можливості, виступаючи важливим фактором формування особистості.

Водночас, будучи здебільшого процесом стихійним, воно приховує у собі й певні загрози, бо може сприяти певному викривленню домінуючих у суспільстві норм та цінностей у процесі їх інтеріоризації особистістю, завдяки екрануючому та трансформуючому характеру впливу найближчого оточення. Це зумовлює необхідність для педагогіки досліджувати об'єктивно закладені у спілкуванні позитивні та негативні потенції [123].

На думку О.С. Газмана, зміст та спрямованість міжособистісного спілкування найяскравіше виявляється крізь призму домінуючої потреби – потреби в інформації, досягнення якої відбувається, здебільшого, у колективній діяльності [39, с. 48].

Відомий вчений-психолог Б.Г. Ананьєв розглядає спілкування як прояв поведінки людини та зазначає, що “поведінка людини виступає не тільки як складний комплекс видів її соціальних діяльностей, за допомогою яких опредмечується оточуюча її природа, але і як спілкування, практична взаємодія з людьми у різних соціальних структурах” [7, с. 267].

Т.О. Репіна розглядає процес спілкування як безпосереднє контактування, особливу діяльність, яка містить у собі: передачу інформації від однієї людини до іншої за допомогою різних засобів спілкування, відповідь партнера і подальшу реакцію на неї ініціатора спілкування [174, с. 183].

Науковці О. Бодальов та Г. Ковальов зазначають, що спілкування не тільки являє собою основний вид життєдіяльності, а й виступає найважливішою детермінантою системи психічних процесів, станів та якостей людини [142, с. 3].

Учені-психологи Г. Ковальов та Л. Радзиховський розглядають спілкування як універсальну реальність, в якій зароджуються та існують на протязі всього життя психічні процеси й поведінка людини [83, с. 18].

На думку Ю.І. Пассова, спілкування є “незвичайна, багатогранна діяльність, що має численні зв'язки з іншими явищами” [153, с. 17].

О. О. Леонт'єв також розглядає спілкування у зв'язку із процесом діяльності. Науковець вважає, що спілкування можна розглядати і як самостійну діяльність, і як

компонент, складову частину (і водночас умову) іншої, не комунікативної діяльності [102, с. 22].

Якщо розуміти спілкування як діяльність, то очевидно, як зазначає О.О. Леонт'єв, що аксіомою є, по-перше, його інтенційність (наявність специфічної мети, самостійної або підпорядкованої іншим цілям; наявність специфічного мотиву); по-друге, – його результативність – міра збігу досягнутого результату з встановленою метою; по-третє, – нормативність, що має вираження у факті обов'язкового соціального контролю за перебігом та результатами акту спілкування [102, с. 23].

Розглядаючи спілкування як діяльність, І.О. Старшиніна зауважує наступне: “Розуміння спілкування як діяльності передбачає розгляд його як духовного й матеріального процесу, оскільки контакт між людьми передбачає не тільки їх психічну активність, але й об'єктивацію інформації, що передається в тій чи іншій системі знаків” [196, с. 23]. Діяльнісний підхід, як зазначає І.О. Старшиніна, дозволяє виокремити у спілкуванні те спільне, що притаманне усякій людській діяльності: предмет, цілі, засоби, результати.

В якості *предмета* спілкування, на думку вченої, виступають самі суб'єкти спілкування, а не спільна їх діяльність, яка, на думку вченої, визначає *зміст* процесу спілкування.

Засобами (“знаряддями діяльності спілкування”) є різні знакові системи, як штучні, так і природні, як звукові, так і візуальні.

Встановлення *мети* спілкування, яка може полягати у задоволенні будь-якої потреби людини, в значній мірі визначає його характер, вибір засобів, результат. Метою спілкування може бути, наприклад, встановлення зв'язку з іншою людиною (або групою) для здійснення необхідної спільної діяльності. Таке спілкування матиме характер ділової бесіди. Якщо метою взаємодії є задоволення потреби у спілкуванні, то воно і буде виступати як самостійний специфічний вид соціальної діяльності. В усіх інших випадках це лише умова здійснення якої-небудь іншої діяльності.

Результатом спілкування як діяльності, на думку вченої, є з'єднання або розмежування суб'єктів на основі взаємопроникнення у світ думок і почуттів. Результати мають вираження у двох формах: суб'єктивній (різноманітні почуття, думки, бажання, інтереси, переконання суб'єктів, які проявляються як співчуття, згода, довіра, солідарність або недовіра, незгода, конфлікт) та об'єктивній, що відображається у поведінці суб'єктів: їх діях, учинках.

Учений-психолог Б.Ф. Ломов розглядає поняття “спілкування” і “діяльність” з психологічної точки зору як дві взаємопов'язані категорії та розуміє спілкування як “живий, багатогранний процес взаємодії людей” [104, с. 38], під час якого здійснюється взаємообмін діяльностями, уявленнями, ідеями, настановами, інтересами і т.д., а також формується, набуває розвитку та проявляється система відносин “суб'єкт – суб'єкти”.

При цьому Б.Ф. Ломов не поділяє підходу до співвідношення “діяльності” та “спілкування”, що був запропонований О.О. Леонтьєвим, при якому спілкування розглядається лише як окремих випадок діяльності або як її особливий вид (форма), або як дія [104, с. 45], відстоюючи право категорії спілкування на відносну самостійність, але при цьому підкреслює, що спілкування та діяльність є двома нерозривно пов'язаними сторонами процесу життя [104, с. 46]. Відмічаючи нерозробленість у психології достатньо чітких уявлень про структуру та динаміку спілкування, вчений наголошує, що будь-який акт безпосереднього спілкування – це не просто вплив людини на людину, а саме їх взаємодія.

Б.Ф. Ломов перелічує функції спілкування [104, с. 46]: планування й організація спільної діяльності індивідів (й колективу); пізнання людьми один одного; формування норм моралі та принципів людського співіснування; розвиток міжособистісних відносин; виховання колективізму; розв'язання потреб почуттєво-емоційної сфери й ін.

Відомий філософ М.С. Каган розглядає спілкування як систему, підсистемами якої є взаємодіючі суб'єкти та різноманітні засоби, способи спілкування. Система ця має на меті організацію спільної дії партнерів і функціонує у певній метасистемі – соціокультурному цілому (рис. 1.1) [77, с. 6].

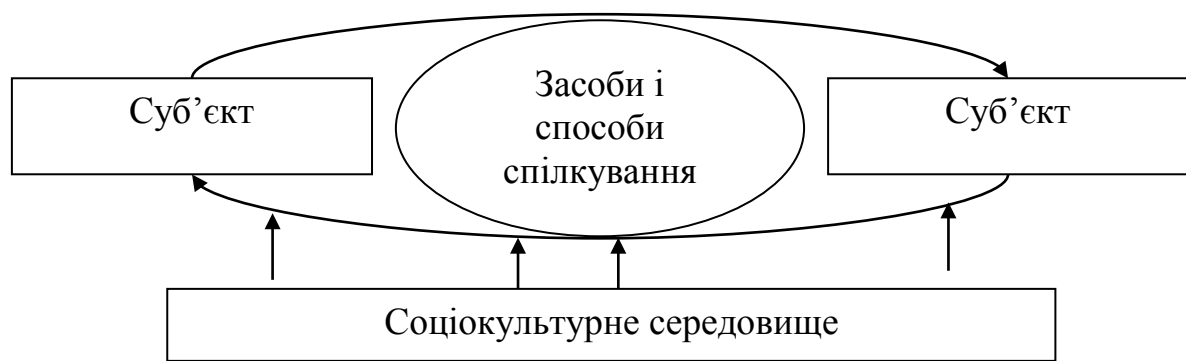


Рис. 1.1. Спілкування як системне ціле (за М.С. Каганом).

Л.П. Буєва відмічає, що спілкування, як і діяльність, є необхідна та загальна умова формування та розвитку як суспільства, так і особистості. На думку вченої, спілкування – один з суттєвих факторів складного процесу соціальної детермінації поведінки людини. Воно є однією з найважливіших умов формування свідомості та самосвідомості особистості, стимулятором її розвитку. У спілкуванні здійснюється різнобічний взаємовплив та взаєморозуміння людей [26, с. 110 – 112].

Отже, ми підтримуємо думку, що невід’ємний елемент поведінки особистості – спілкування, опосередковане мовою чи іншими знаково-смысловими системами [192, с. 367].

Інший підхід до проблеми спілкування пропонує В.М. Соковнін, відмічаючи необхідність відмови від спрощеного уявлення про спілкування як лише обміну думками, почуттями, інформацією, досі достатньо поширеного в літературі, адже феноменологія спілкування є набагато складнішою і містить також процеси взаєморозуміння, взаємовпливу та комунікативної діяльності. “Синтез цих виявлень і формує спілкування як соціальну систему зв’язків особливого роду, так само необхідну для існування суспільства і людини, як і суспільні відносини, праця та свідомість” [186, с. 135].

Учений зазначає, що у спілкуванні поєднуються дві особливості: з одного боку, воно завжди індивідуальне, персоніфіковане, відбувається у формі діяльності, з іншого, – завжди соціально підпорядковане, відбувається у створених суспільством формах, нормалізоване. Спілкування вільне у тій мірі, в якій

вписується у рамки системних суспільних обмежень, що виступають у вигляді комунікативних норм [186, с. 136].

Наведемо класифікацію видів спілкування за М.С. Каганом [76; 77] (рис. 1.2).

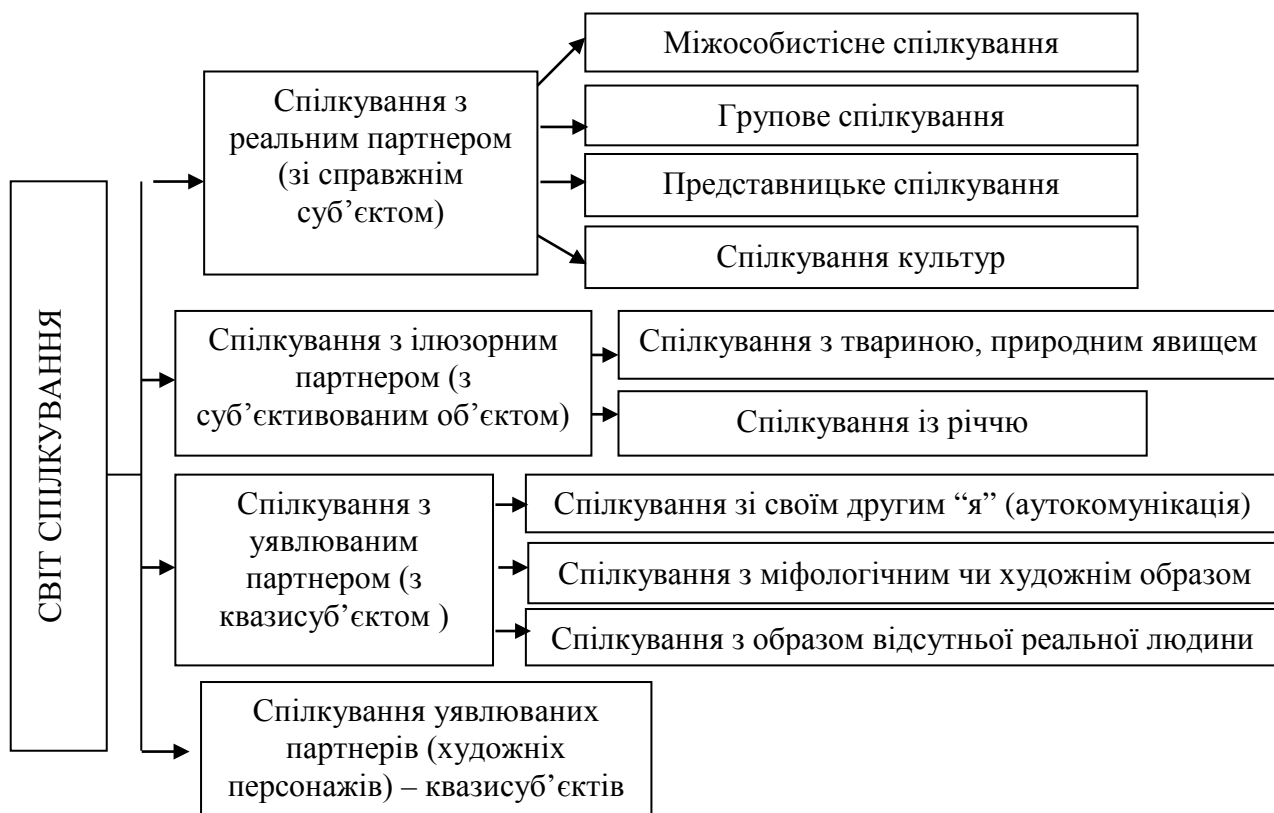


Рис. 1.2. Види спілкування (за М.С. Каганом).

Спроба розкрити структуру спілкування була здійснена Р.Х. Шакуровим [213, с. 184-185]. Науковець виокремлює дві сторони спілкування: оперативно-процесуальну та продуктивну (результативну).

Перша із цих двох сторін являє собою комунікативну діяльність особистості, що містить три головні взаємопов'язані елементи – цілі, зміст та способи спілкування.

Цілі спілкування науковець убачає у рішенні певних завдань, які обумовлюють основний **зміст** повідомлень, що передаються реципієнтам. Передача повідомлень здійснюється за допомогою різних суспільно-обраних способів, а отримана інформація викликає у реципієнтів певну реакцію – **результат**.

У **змісті** інформації, що передається під час спілкування, виокремлюються два аспекти – **діловий** та **особистісний**. Діловий зміст має витоки із функцій

соціальної ролі, що виконується, з характеру проблеми, що вирішується, у той час як особистісний зміст являє собою внутрішнє ставлення індивіда до реципієнтів та інформації, що передається.

Структуру *способів* спілкування Р.Х. Шакуров розглядає з точки зору *форм* спілкування (вербальне і невербальне, пряме та опосередковане, усне та писемне, парне та групове), *соціально-психологічних механізмів* (переконання, повчання, імітація й ін.), а також суто *психологічних механізмів* (інтелектуальний, емоційний та вольовий вплив). Крім того, у способах спілкування виокремлюється третій елемент – *засоби*.

Результати спілкування виявляються у двох формах – *внутрішньо-психологічної* та *поведінкової*. По відношенню до окремої особистості внутрішньо-психологічні продукти спілкування мають вираження у різних почуттях, думках, інтересах, бажаннях, намірах, знаннях, уміннях, настановах, переконаннях та ін., а зовнішні результати – у діях, учинках, поведінці. Ті ж самі результати у соціально-психологічних термінах характеризуються як прояв співчуття, згоди, солідарності, довіри, дружби, співробітництва, координації, суперечності, конфлікту, протидії, дезорганізації і т.д.

Ми підтримуємо думку М.С. Кагана [76], згідно якої спілкування являє собою один із видів людської діяльності, що втілюється у різноманітних формах: у процесі міжособистісної взаємодії в матеріально-практичній діяльності, поведінці людей в різних ситуаціях, при обміні інформацією шляхом бесід, листування тощо. Ми розуміємо діяльність як “процес активної цілеспрямованої взаємодії суб’єкта з середовищем” [115, с. 59], а отже спілкування як діяльність являє собою процес цілеспрямованої взаємодії суб’єкта спілкування з іншим суб’єктом/ суб’єктами. Це “своєрідна інтелектуальна праця, специфічна діяльність, що вимагає певних навичок, знань, умінь та прагнень” [2, с. 13].

При цьому ми враховуємо точку зору В.М. Соковніна, згідно з якою спілкування являє собою складний феномен, сутність якого складно виявити в єдиному визначенні, та має розглядатися як діяльність, комунікація, вид суспільних зв’язків, взаємовплив та взаємовідносини.

Підбиваючи підсумок зазначимо, що ми розуміємо феномен спілкування як складну міжособистісну взаємодію людей, під час якої відбувається обмін інформацією, взаємовплив, взаємовідносини з метою досягнення широкого кола життєвих цілей.

Всебічне вивчення феномена спілкування потребує розгляду співвідношення таких понять, як “спілкування” та “комунікація”.

Довідкова література роз’яснює поняття “спілкування” як “взаємні стосунки; діловий, дружній зв’язок” [28, с. 1172]. Водночас, серед визначень поняття “комунікація” знаходимо: “обмін інформацією, спілкування, зв’язок” [28, с. 446].

Так, М.С. Каган відмічає, що з проникненням до нашої мови іншомовного слова “комунікація” (від лат. *communico* – з’єдную, повідомляю, спілкуюсь з кимось), цей термін почав використовуватися як синонім “спілкування”. Однак, на думку вченого, між цими поняттями існує різниця. При комунікації ми маємо справу з процесом односпрямованим, інформація тече тільки в одну сторону, і – за законами, встановленими теорією комунікації, – кількість інформації зменшується у ході її руху від відправника до одержувача. Натомість, під час спілкування інформація циркулює між партнерами, оскільки вони однаково активні, і тому інформація не зменшується, а, навпаки, збагачується, розширюється у процесі її циркуляції [76, с. 146] .

Структура першого типу інформаційної активності (тобто комунікації), за М.С. Каганом, є асиметричною, у той час як структура другого типу активності (тобто спілкування) є симетричною, що представлено на рис. 1.3:

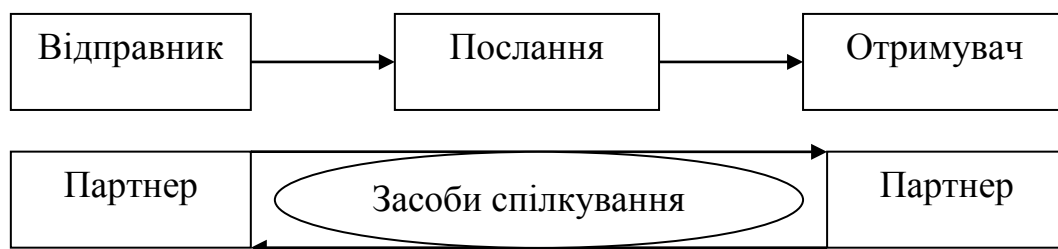


Рис. 1.3. Структура комунікації та спілкування як видів інформаційної активності.

Дану позицію висловлює й І.О. Старшиніна. На думку вченої, спілкування має місце лише тоді, коли за допомогою певної знакової системи встановлюється контакт між людьми, і зникає, як тільки відключається, припиняється канал зв'язку. Отже, спілкування як процес обов'язково містить зв'язок та комунікацію (спрямовану передачу інформації), але не зводиться до них. Спілкування, на думку вченої, повинно мати двосторонній характер процесу, що обов'язково передбачає зворотній зв'язок, і за своїм складом значно багатше, ніж суто прийом чи передача інформації: воно є складною системою взаємодії двох чи більше осіб [196, с. 22].

Проте, як відмічає М.С. Каган, у працях науковців, так само, як і у попередніх працях означеного вченого, поняття “спілкування” та “комунікація” нерідко вживаються як синоніми.

Так, за М.Р. Львовим, “комунікація – це спілкування, його вид, обмін думками, інформацією, ідеями, специфічна форма взаємодії людей” [106, с. 23].

На думку С.Г. Тер-Мінасової, “комунікація – акт спілкування, зв'язок між двома чи більше індивідами, заснована на взаєморозумінні” [205, с. 11].

Аналіз інших наукових досліджень також свідчить про здебільшого ширше тлумачення поняття “комунікація”, яке виходить за межі розуміння його як процесу передачі інформації по каналу зв'язку [74;163].

Так, О.В. Касаткіна визначає комунікацію як складний процес, у ході якого відбувається не лише обмін інформацією, а й формування, кодування, декодування, уточнення, розвиток її, тобто що людина думає перед тим, як виголосити інформацію, яким чином виразити свою думку, як реагує на цю інформацію співрозмовник, яким чином відбувається процес обговорення. Комунікація, на думку вченої, – це смисловий аспект усіх або майже всіх форм соціальної взаємодії.

Враховуючи вищезазначене, ми висловлюємо думку, що у контексті іншомовної підготовки студентів розмежування понять “спілкування” та “комунікація” не є принциповим, оскільки розуміння сутності останньої не може зводитися лише до штучної передачі інформації відправником та її отримання адресатом, тобто обмежуватися теорією передачі інформації по каналу зв'язку. Тож, надалі у дослідженні ми висуваємо думку, що іншомовне спілкування (ІС) є

тотожнім іншомовній комунікації (ІК) [163], погоджуючись з точкою зору О.В. Касаткіної, що теоретичним підґрунтям, яке може презентувати спілкування та комунікацію як соціально-психологічну реальність, виступає комунікативна компетентність [82, с. 15 – 16].

Отже, ми підтримуємо позицію, що “комунікацію” можна розуміти як багатогранне “спілкування людей, у процесі якого обмінюються повідомленнями, власними і чужими думками та почуттями за допомогою мови або інших знаків” [191, с. 440].

Таким чином, мова виступає найважливішим засобом спілкування, але між мовою та її практичним застосуванням існують певні відмінності, а отже розгляд сутності таких понять, як “мова” та “мовлення” не може залишитися поза рамками нашого дослідження [161].

Так, характеризуючи роль мовлення у спілкуванні, Л.С. Виготський писав: “Спілкування, засноване на свідомому розумінні та на свідомій передачі думок та переживань, неодмінно потребує певної системи засобів, прототипом якої було, є і назавжди залишиться людське мовлення, що виникло із потреби у спілкуванні у процесі праці” [35, с. 11] .

Мовознавці визнають дихотомію “мова – мовлення” одним з найбільших досягнень лінгвістики ХХ ст.

У той же час, визнання даної дихотомії не перешкоджає розумінню мови як єдиного феномена (явища, в якому є суть чого-небудь) людської мови і кожної окремої мови, взятої в певному її стані. Особливість єдиного феномена полягає в тому, що всі лінгвістичні одиниці (звуки, слова, речення) є одиницями і мови, і мовлення. У протиставленні мови і мовлення глибше пізнається сутність засобу спілкування, коли розрізняються мовні засоби і їх реалізація в дійсності [55, с. 25].

Дана проблема була вперше порушена німецьким лінгвістом В. фон Гумбольдтом, а згодом розвинута і теоретично обґрунтована швейцарським мовознавцем Ф. де Соссюром, який вважав, що мова – явище психічне, що міститься у мозку людини, а мовлення – явище психофізичне (психофізіологічне), що знаходиться у фізичному середовищі [96, с. 49].

Так, Ф. де Соссюр писав: “Мова – це скарб, що практикою мовлення відбивається на всіх, хто належить до одного суспільного колективу, це граматична система, що віртуально існує у кожного у мозку, точніше – у цілої сукупності індивідів, бо мова не існує повністю ні в одному з них, вона існує у повній мірі лише в колективі... Відокремлюючи мову та мовлення, ми тим самим відокремлюємо: 1) соціальне від індивідуального; 2) суттєве від другорядного та більш-менш випадкового. Мова не є діяльністю мовця. Мова – це готовий продукт, який мовець пасивно реєструє... Навпаки, мовлення це індивідуальний акт волі та розуму” [190, с. 52].

Зазначимо, що Ф. де Соссюр, вивчаючи розбіжності понять “мова” – “мовлення”, фактично розмежовував три поняття: *мова* (“*langue*”/“*language*”) як система правил, прийнятих суспільством для реалізації спілкування; людське *мовлення* взагалі (“*langage*”/“*human speech*”), притаманне усім, хто наділений даром мовлення; *говоріння* (або “*акти мовлення*”– “*articulated speech*”, “*executive side*”) – індивідуальні, унікальні експресивні мовленнєві акти, що породжує мовець для вираження власних думок у певний момент спілкування, а також психофізичний механізм їх продукування [265, с. 14].

Наведемо найсуттєвіші відзнаки мови і мовлення за характеристикою М.Р. Львова [106, с. 10 – 16]:

1. **Мова** є системою знаків (тобто звуків, морфем, слів, словосполучень, фразеологічних одиниць й ін.), яка використовується людьми для вираження думок, емоцій, для внутрішнього діалогу, для спілкування з іншими людьми. **Мовлення** є безпосередньо спілкування, вираження думок, самовираження.

2. **Мова** – потенційна система знаків, сама по собі не набуває дії, зберігається у пам’яті кожної людини (“мовної особистості”) та є нейтральною по відношенню до оточуючої дійсності. **Мовлення** є дією та її результатом (продуктом), це завжди вмотивована цілеспрямована діяльність людей, викликана певними обставинами, ситуацією та спрямована на рішення певних завдань – соціальних чи особистих.

3. **Мова** прагне стабільності, консервативна, приймає новації не відразу, а лише під впливом вимог її носіїв та користувачів. **Мовлення** припускає появу нових слів,

фонетичні та граматичні відхилення, які так і лишаються випадковими (оказіональними) і згодом зникають, або затверджуються, перетворюючись у факти мовної системи.

4. Мова підпорядковується нормам, які визначаються на основі традицій, закономірностей мови, літературного вжитку мовних засобів й ін. **Мовлення** також підпорядковується нормі літературної мови (у слововикористанні, вимові, правописі), але порушення норми має місце, оскільки мовлення індивідуальне.

5. Мова має рівневу структуру, має точне число звуків (фонем), морфем, відмінків, навіть кількість слів у кожний даний момент може бути точно підраховано. **Мовлення** теоретично безмежне: кількість речень є настільки великою, що навряд чи піддається підрахунку. Мовлення як процес має певні характеристики: темп, тривалість, гучність, у письмовому варіанті – шрифт, розташований на папері, що не притаманно мові. Мовне оформлення думки, що висловлюється у мовленні, з точки зору мовця, вторинне, може варіюватися, оскільки один й той самий зміст може бути виражений різними засобами, первинним є змістовий фактор мовлення.

Отже, мову зазвичай вважають потенцією, знанням або системою знаків, а мовлення – реалізацією, маніфестацією цієї потенції [96, с. 53].

У даному дослідженні ми розглядаємо *мову* як “найважливіший засіб спілкування між людьми” [152, с. 5], як досконалу “систему одиниць спілкування та правил їх функціонування” [95, с. 31]. Нагадаємо, що *системою* є сукупність взаємопов’язаних і взаємозумовлених елементів, яка має свою *структуру* (тобто спосіб організації системи, її внутрішня будова). Під системою мови розуміються рівні мови (артикуляційно-вимовний, морфемний, лексичний, синтаксичний, рівень тексту), її внутрішні зв’язки, правила мови, парадигми, моделі [106, с. 11].

Головними функціями мови (*функція* – це роль, що виконується), які свідчать про виразний соціальний характер мови як суспільного явища, є *комунікативна*, тобто функція спілкування, та функція *формування й формулювання думки*, які є взаємопов’язаними, адже для здійснення спілкування необхідно мислити та вміти передавати власні думки за допомогою мовних засобів.

Подібно до позиції Н. Хомського, за якою “людська мова ... являє собою пряме “дзеркало розуму” [212, с. 9], Л.В. Щерба писав: “Насправді, мова та мислення формують нерозривну єдність, та спостереження за мовою є спостереженнями за мисленням, оскільки останнє неможливо спостерігати поза мовних форм” [219, с. 339].

Водночас, Л.С. Виготський зауважує, що “... хід думки не збігається прямо та безпосередньо із розгортанням мовлення. Одиниці думки та мовлення не збігаються. Перший і другий процеси виявляють єдність, але не тотожність” [35, с. 311].

Ми підтримуємо думку О.Г. Спиркіна, що “сутність мови виявляється у її двоєдиній функції: слугувати засобом спілкування та знаряддям мислення. Мовлення – це діяльність, сам процес спілкування, обміну думками, почуттями, побажаннями, цілепокладаннями й т.п., який здійснюється за допомогою мови, тобто певної системи засобів спілкування” [193, с. 149]. Однак, комунікативна функція – “первинна” [36, с. 18] та реалізується у спілкуванні, розмовах, діалогах; створює суспільство як соціум, бо без комунікації суспільство не могло б існувати.

Інформаційна функція – функція повідомлення – полягає у тому, що мова слугує засобом пізнання, збору і оформлення знань, накопичених людством у процесі історичного розвитку, що здійснюється шляхом усних та переважно письмових текстів, тобто через мовлення, мовленнєву діяльність.

Емотивна функція – тобто функція вираження емоцій – охоплює величезний діапазон у мовленнєвій поведінці людини, оскільки емоційно нейтральне мовлення не часто зустрічається у реальному житті, у т.ч. у діловому середовищі. Попре високий рівень формалізації, ділове спілкування не виключає можливості вираження власних емоцій, поглядів, позицій, тобто особистісно-емоційний фактор, який прослідковується, здебільшого, в усній комунікації: під час ділових бесід, нарад, дискусій.

Мова і мовлення як внутрішній засіб та спосіб його практичної реалізації у сукупності являють собою **мовленнєву діяльність суб’єкта** – “один з багатьох видів людської діяльності, що визначається як активний, цілеспрямований,

опосередкований мовою та зумовлений ситуацією спілкування процес прийому і видачі мовленнєвого повідомлення у взаємодії людей між собою” [115, с. 59].

Так, виокремлюючи усні види мовлення (говоріння та аудіювання), писемне мовлення (письмо та читання), а також внутрішнє, мисленнєве мовлення, М.Р. Львов розглядає дані види мовленнєвої діяльності, спираючись на теорію кодових переходів М.І. Жинкіна, який писав: “... потреби комунікації викликали утворення взаємодіючих кодів, які склалися у єдину систему: мова – звукове мовлення – внутрішнє мовлення – інтелект ” [58, с. 18]. Нагадаємо, що кодування інформації – “це спосіб її передачі від однієї живої істоти до іншої” [134, с. 513], а його одиницею, за М.І. Жинкіним, є фонема.

Тож, *говоріння* – “це озвучення думки, кодовий перехід з мисленнєвого коду, з коду внутрішнього мовлення, яке передує усному висловлюванню, на звуковий (акустичний) код, на код фонетичний”; *аудіювання* – це перехід з акустичного коду, у якому слухаючий приймає повідомлення, яке висловлює інша людина, на код внутрішнього мовлення, на мисленнєвий код; *письмо* – це процес перекодування змісту думки з мисленнєвого коду через посередництво звукової ступені (яка може виступати або в усному вимовленні висловлювання перед його записом, або у виді внутрішнього проговорювання) на графічний код; *читання* (вголос та про себе) – це кодовий перехід з графічного коду – надрукованого чи написаного тексту – на мисленнєвий (код образів та понять), який забезпечує розуміння прочитаного, а у варіанті усного читання – ще й на акустичний код [106, с. 31 – 36].

Щодо *мовлення внутрішнього*, воно являє собою мисленнєве мовлення, вербалізоване мислення, що обслуговує зовнішнє мовлення і всі дії людини. Одне з головних його завдань мовлення – це підготовка зовнішнього мовлення, усних та письмових висловлювань. У цій ролі воно – початковий етап майбутнього висловлювання, його внутрішнє програмування; своєрідний “універсальний предметний код, що став посередником не тільки між мовою та інтелектом та між усним та писемним мовленням, але й між національними мовами” [58, с. 18].

У процесі мовленнєвої діяльності структурною одиницею мовленнєвого спілкування прийнято вважати **висловлювання**, яке розуміється науковцями такою

одиноцею мовленнєвого процесу, яка має відносну самостійність, завершеність, містить комунікативно-модальний аспект, інтонацію (в усному варіанті), невербальні засоби, доступна актуальному членуванню (тема-рема). Це може бути репліка, монолог у діалозі, фраза як частина більш крупної мовленнєвої дії [106, с. 53].

Близьким до поняття “**висловлювання**” є поняття “**мовленнєвого акту**” як одиниці мовленнєвого процесу та одиниці породження тексту. Мовленнєвий акт – діяльність, що здійснюється як мінімум між двома людьми: це учасники діалогу, суб’єкти кореспонденції, часто опосередковано; це цілеспрямована мовленнєва дія – одиниця нормативної у даному мовному колективі, у даній соціальній групі мовленнєвої поведінки, що розглядається у певній ситуації” [106, с. 53].

Підтримуючи точку зору М.І. Жинкіна, згідно якої “мовлення – це дія, яку виконує один партнер по відношенню до другого для передачі думки та смислового впливу [58, с. 18]”, ми розуміємо мовлення як “конкретно застосовану мову, засоби спілкування в їх реалізації” [95, с. 32]. Мовлення – це мова безпосередньо у процесі її функціонування. Це вербальне спілкування, контакт між людьми, обмін інформацією, думками, почуттями за допомогою мовних знакових одиниць: слів, синтаксичних конструкцій, тексту, інтонацій, часто при підтримці невербальних засобів, жестів, міміки й ін. [106, с. 7]; це “найуніверсальніший засіб комунікації” [115, с. 59], адже при передачі інформації за допомогою мовних знаків смисл повідомлення губиться менш за все.

Отже, мовленнєве спілкування є “такою активністю взаємодіючих людей, у ході якої вони, впливаючи один на одного за допомогою знаків (у т.ч. і мовних знаків), організовують власну діяльність” [145].

На основі вищезазначеного ми можемо дійти висновку, що дослідження феномена спілкування неможливе без урахування розбіжностей мови та мовлення, при якому мовлення має розглядатися індивідуальним практичним застосуванням системи мови у процесі спілкування. Саме тому важливо надавати студентам не тільки лінгвістичні знання, а й розвивати практичну здатність вдало

використовувати мову як засіб спілкування, реалізуюючи її комунікативну функцію для досягнення професійних цілей.

2.2. Сутність іншомовного ділового спілкування фахівців економіки

Феномен спілкування доцільно розглянути не лише з теоретичних позицій, а і як важливий практичний засіб, що застосовується у професійній діяльності фахівців, зокрема, економістів.

У даному випадку спілкування набуває професійної значущості, переходить у площину професійних відносин, виступаючи важливим компонентом професійної діяльності фахівців. Це так зване “ділове спілкування”, яке є вкрай важливим для фахівців з менеджменту, маркетингу, бізнес консультантів, керівників підприємств, фірм, організацій, приватних підприємців, економістів-аналітиків тощо.

Оскільки у межах даного дослідження ми розглядаємо ДС у контексті професійної діяльності економістів, виникає необхідність роз’яснення таких понять як *“ділове спілкування”* та *“професійне спілкування”*.

На сьогоднішній час існує ряд наукових досліджень з проблеми професійного/ ділового спілкування фахівців різних галузей (І.А. Вереїтіна, К.Г. Вишневська, О.Г. Каверіна, С.В. Козак, Ю.О. Ніколаєнко, О.Б. Тарнопольський та ін.)

Так, за визначенням Н.В. Берестецької, “професійне спілкування – процес налагодження контактів між суб’єктами, поєднаними спільною метою, предметом, завданням, умовами та специфікою професійної діяльності” [16, с. 5].

Ю.О. Ніколаєнко співвідносить поняття “ділове спілкування” та “професійне спілкування” як загальне (відображає загальні закономірності взаємодії людей у процесі виконання ними спільної діяльності) і часткове (розкриває специфіку взаємодії, що зумовлюється конкретною професійною діяльністю) [137, с. 8].

За визначенням О.Г. Каверіної, професійна комунікація розглядається як процес становлення особистості майбутнього фахівця, що дає змогу зберегти її індивідуальність, неповторність, унікальність; є реалізацією програм мовної

поведінки залежно від здатності фахівця орієнтуватися в конкретній професійній ситуації, уміння її класифікувати залежно від теми, цілей, завдань, комунікативних установок учасників спілкування; є формою соціального й професійного спілкування, яка завжди має як особистісне значення для одного учасника комунікації, так і загальнозначущий для учасників-партнерів і для суспільства в цілому, причому вона протікає у природних обставинах реального життя або виробничо-професійної діяльності [74, с. 14].

Отже, особливою відзнакою ДС у межах професійної діяльності є те, що воно підпорядковується конкретно встановленим завданням, які потребують вирішення, а також конкретному результату, що має бути досягнутим. Саме тому ДС, на відміну від особистісного, спрямовано на розвиток продуктивної кооперації та зазвичай має чітку професійну спрямованість, його не можна припинити за бажанням учасників у будь-який момент, бо це унеможливить досягнення запланованих результатів.

Ми поділяємо думку відомого вченого-психолога Р.С. Немова, що ділове спілкування зазвичай включене як окремий компонент у певну спільну продуктивну діяльність людей і слугує засобом підвищення якості цієї діяльності. Його змістом є те, чим зайняті люди, а не ті проблеми, які торкаються їх внутрішнього світу [134, с. 515].

Звідси прослідковується, що ділове спілкування завжди спрямоване на вирішення ділових завдань, а його цілі обумовлюються цілями цієї діяльності, у межах якої воно відбувається. Ділове спілкування є основою існування кожної організації чи підприємства, адже всі види трудової діяльності, що передбачають взаємодію та керування людьми, здійснюються у процесі ділового спілкування. Воно займає до 80% робочого часу фахівця, а у менеджменті та підприємстві ділове спілкування є суттю професійної діяльності [69, с. 18].

У зв'язку із цим, постають два важливі запитання, відповіді на які вдаються нам очевидними. Чи є спілкування економістів у робочих обставинах професійним? Чи є воно діловим?

Оскільки у нашому дослідженні процес спілкування фахівців економіки розглядається у контексті їх професійної діяльності, коли принаймні один з

учасників спілкування знаходиться при виконанні службових обов'язків, ми виходимо з позиції, що поняття “ділове спілкування економістів” доцільно конкретизувати як **“професійно-ділове спілкування економістів” (ПДС)**. Професійне – бо вимагає застосування професійних знань та якостей, а ділове – бо здійснюється з метою виконання різноманітних завдань, доручень, справ.

З іншого боку, науковий розгляд процесу спілкування із загальних позицій, наведений у п. 1.1, виявив, що спілкування людей, зазвичай, має на меті вирішення певних проблем, життєвих потреб, а отже, за даною логікою, будь-яке спілкування людей може розглядатися як ділове спілкування, що обумовлює необхідність зацентрувати у даному дослідженні професійний характер спілкування економістів, особливою відзнакою якого є те, що воно підпорядковується конкретно встановленим професійним завданням, які потребують вирішення, а також конкретному результату, що має бути досягнутим у робочих умовах.

Отже, надалі у дослідженні вводиться термін “професійно-ділове спілкування економістів”, яке розглядається нами складною міжособистісною взаємодією у межах професійної діяльності економістів, що вимагає від сторін активного прояву власних професійних знань та якостей та здійснюється з метою налагодження ефективного співробітництва задля вирішення робочих завдань, досягнення запланованих результатів.

Структурними компонентами ПДС, на нашу думку, виступають: **суб'єкти спілкування** – сторони спілкування, які є партнерами у процесі спілкування, рівнозначно залучені до комунікативної взаємодії; **цілі спілкування** – тобто завдання, мета, заради досягнення якої відбувається спілкування; **зміст спілкування** – інформація, що передається, тобто питання, проблеми, що є предметом обговорення; зміст спілкування визначається професійними завданнями та тією професійною діяльністю, у яку залучені суб'єкти спілкування; **елементи спілкування як діяльності** – комунікативні акти, тобто одиниці мовленнєвого процесу, цілеспрямовані мовленнєві дії, висловлювання, що адресовані партнерам по спілкуванню; **засоби спілкування** – різні знакові системи, як штучні, так і природні, як звукові, так і візуальні, за допомогою яких здійснюється спілкування

(мова, міміка, жести й ін.); **способами** ПДС є різноманітні шляхи використання засобів спілкування у різних ситуаціях: це вербальне і невербальне спілкування, пряме (безпосереднє контактування) та опосередковане (спілкування на просторово-часовій дистанції), усне та писемне, парне й групове; **результат спілкування** – певна реакція реципієнтів на сприйняту інформацію у вигляді надання відповіді, власної позиції, встановлення ділових домовленостей, виконання певних дій (або ж їх відсутність) тощо.

ПДС характеризується й наявністю об'єктивних та суб'єктивних **умов** його протікання. Під об'єктивними умовами розуміються час та обставини спілкування, тобто його часово-просторові особливості, які найчастіше передбачають здійснення ПДС у робочий час та у робочих обставинах. Суб'єктивними умовами ПДС виступають: особистий рівень професіоналізму фахівців, комунікативні здібності, соціальний статус, вік, стать, національно-культурні особливості, психічний та фізичний стан, інші індивідуально-особистісні якості.

Ми висуваємо думку, що ПДС передбачає певну інтеграцію учасників спілкування (інтеграція спільних зусиль для вирішення того чи іншого робочого питання, кооперація, взаємодія, взаємовплив, взаємовідносини, ставлення, урахування особистісних характеристик співрозмовника, у т.ч. національно-культурних, вплив об'єктивних обставин спілкування тощо), а отже під час спілкування виникає специфічне **інтеграційне професійно-ділове середовище** [169], унікальне для кожної конкретної ситуації спілкування, яке ми розуміємо сукупністю варіативних факторів процесу спілкування, таких, як його зміст, засоби та способи, мета і результат, а також об'єктивних умов процесу спілкування та суб'єктивних якостей/станів, що взаємодіють у кожній окремій ситуації.

Певною мірою подібне бачення відображається у Загальноєвропейських рекомендаціях з мовної освіти, де вживається термін “**контекст спілкування**”, який “є скупченням подій або ситуативних чинників (фізичних чи іншого роду), внутрішніх чи зовнішніх відносно особистості, у лоні яких відбуваються акти спілкування” [64, с. 9].

Ми представляємо структуру ПДС наступним чином (рис. 1.4):



Рис. 1.4. Структура професійно-ділового спілкування.

Отже, ми розуміємо ПДС складною міжособистісною взаємодією у межах професійної діяльності економістів, яка вимагає від суб'єктів спілкування активного прояву власних професійних знань та якостей з метою налагодження ефективного співробітництва для вирішення робочих завдань та здійснюється у специфічному інтеграційному професійно-діловому середовищі, яке є сукупністю взаємодіючих варіативних факторів процесу спілкування, обумовлених його об'єктивними умовами та індивідуальними якостями суб'єктів спілкування, які вступають у взаємовплив у кожній конкретній ситуації.

Очевидно, що коли ПДС здійснюється іноземною мовою, то його можна визначити як іншомовне професійно-ділове спілкування (ІПДС), яке здійснюється в усній і писемній формах мовлення, що мають між собою ряд відмінностей.

Так, *усне іншомовне ділове мовлення* ми розуміємо як процес слухового сприйняття, розуміння та усного продукування професійно-значущої інформації іноземною мовою у ситуаціях ділового спілкування. Його характерними рисами виступають інтонаційне забарвлення; обмежене використання жестів, міміки, що надають діловому мовленню відтінок переконливості та певної емоційності; з точки зору синтаксичної будови – здебільшого вживання простих речень; лінійність у часі; соціокультурні особливості й інші відзнаки. Основними вимогами до усного

мовлення є чіткість, однозначність у формулюванні думки; логічність, смислова точність, звідси – небагатослівність мовлення; вдалий порядок слів; різноманітність мовних засобів (багатство лексики в активному словниковому запасі людини); доречність та доцільність мовлення; милозвучність, виразність дикції, відповідність між темпом мовлення, силою голосу, з одного боку, та ситуацією мовлення, – з іншого, що, однак, не виключає наявності певних відхилень від норми, адже “їх можливості закладені у мовній системі, і вони, будучи звичними, не залишають на собі нашої уваги в умовах усного мовлення” [84, с. 252 – 253; 219, с. 36].

Писемне іншомовне мовлення розглядається нами як процес опосередкованого здійснення ІПДС у письмовій формі, одиницею якої є текст. Його характерними ознаками є точність, послідовність викладу фактів, чіткість та лаконічність висловлювання, позбавлення образності; наявність усталених мовних зворотів, певна стандартизація початків і закінчень документів; нейтральна лексика, вживана в прямому значенні, стилістично нейтральні мовні засоби [216, с. 11]. Йому притаманна більш складна синтаксична будова, більш високий рівень формалізації, широке вживання професійної термінології. Воно позбавлене інтонації (що певною мірою компенсує наявність знаків пунктуації) та жестів, передбачає відсутність безпосередніх контактів співрозмовників, часто доповнюється таблицями, схемами, графіками тощо та може використовуватися (переглядатися) знову і знову учасниками спілкування по мірі необхідності оскільки це фіксована форма мовлення.

Основні, на наш погляд, види усного і писемного ІПДС ілюструє рис. 1.5.

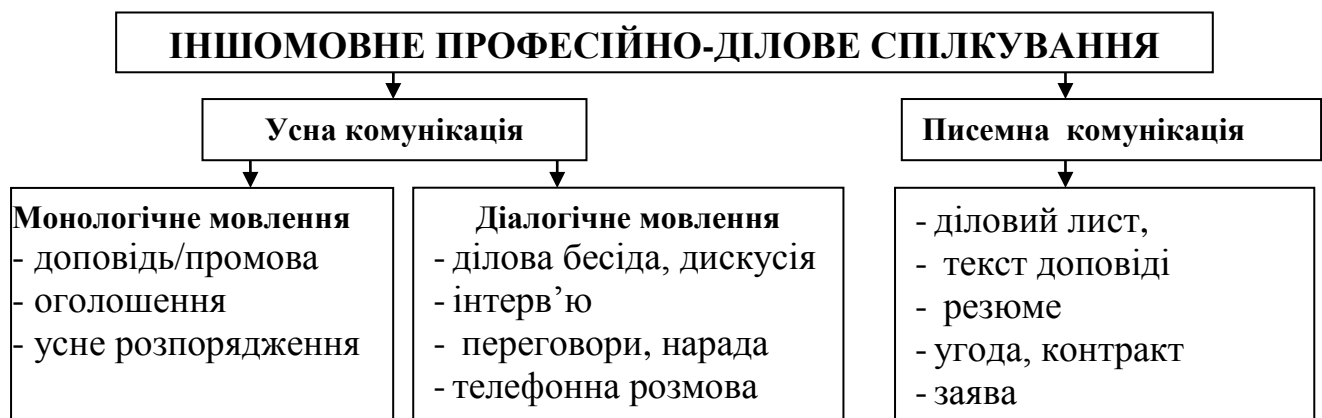


Рис. 1.5. Види ІПДС.

Успішне здійснення усного та писемного ПДС передбачає розвиток відповідних умінь та навичок.

Так, *навичкою* є “психічне новоутворення, завдяки якому індивід спроможний виконувати певну дію раціонально, з належною точністю і швидкістю, без зайвих витрат фізичної і нервово-психологічної енергії” [172, с. 98]. Основними якостями навички при цьому виступають автоматизованість або швидкість, стійкість (взаємодія окремо сформованих навичок), гнучкість (використання навичок у різних ситуаціях), відсутність зосередженості на формі виконання, відсутність напруження та швидкої втомлюваності.

Термін *уміння* означає “використання суб’єктом наявних знань і навичок для вибору і здійснення прийомів, дій відповідно до поставленої мети” та часто розглядається як “сукупність твердих навичок, що успішно функціонують навіть у динамічних умовах діяльності” [172, с. 195], “оптимальний рівень досконалості певної діяльності” [115, с. 62].

Оскільки ДС передбачає володіння як усними, так і писемними видами ІМД, то очевидно, що воно базується на чотирьох основних комунікативних вміннях: уміння говорити (в діалогічній та монологічній формах), уміння писати, уміння аудіювати (слухати та розуміти) та вміння читати. Кожне вміння спирається на власну групу навичок, які “синтезуються, функціонуючи в умінні” [115, с. 62].

За С.Ю. Ніколаєвою, продуктивні вміння – говоріння та письмо – складаються на ґрунті репродуктивних навичок: граматичних (навички морфологосинтаксичного оформлення одиниці усного або писемного мовлення); лексичних (навички вибору, сполучення та реалізації лексичної одиниці в усному та писемному мовленні); вимовних навичок говоріння (навички артикулювання, інтонування); каліграфічних та орфографічних навичок письма. Рецептивні вміння – аудіюванню та читання – складаються на ґрунті рецептивних навичок: граматичних, тобто навичок розпізнавання граматичних та синтаксичних структур усного або писемного мовлення; лексичних, тобто навичок розпізнавання звукових або графічних образів лексичних одиниць та їх розуміння; слухових, тобто навичок сприймання та розпізнавання звуків, звукосполучень, інтонації; перцептивних, тобто навичок

сприймання та розпізнавання букв, буквосполучень, знаків пунктуації в писемному мовленні [115, с. 62 – 63].

Отже, ми розглядаємо **комунікативні вміння**, за С.Ф. Шатіловим, як “володіння видами мовленнєвої діяльності як засобом комунікації з різним ступенем досконалості” [214, с. 25], обов’язковими компонентами комунікативних умінь виступають мовленнєві навички, без яких мовленнєва діяльність не є можливою.

Цілком підтримуємо думку науковців, що “мовні знання є одним з основних компонентів професійної підготовки, та оскільки мова виражає думку, є засобом пізнання і діяльності, то правильному професійному спілкуванню людина вчиться все своє життя” [152, с.95-96].

Однак, ми вважаємо, що комунікативні вміння говоріння, аудіювання, читання та письма не єдині для успішного здійснення ІПДС. Ми виокремлюємо й інші групи умінь ІПДС, які, на нашу думку, обов’язково мають бути сформованими у процесі підготовки майбутніх економістів у ВНЗ, а саме:

- **комунікативні вміння**, вказані вище, передбачають володіння основними видами ІМД: говорінням, аудіюванням, читанням, письмом. Це здатність, слухати та вести діалог іноземною мовою, вести ділову документацію, кореспонденцію (у т.ч. електронними засобами комунікації), здатність читати і аналізувати тексти, що містять професійну інформацію.

- **уміння інтеракції** передбачають здатність налагоджувати та підтримувати взаємодію зі співрозмовниками, створювати доброзичливу атмосферу спілкування, корегувати власну поведінку при зміні ситуації спілкування, враховуючи індивідуальні якості партнерів по спілкуванню, прогнозувати результат ІПДС. Це уміння чітко висловлювати та аргументувати власну точку зору, здатність ефективно моделювати початок, перебіг та завершення ділового спілкування, переконувати співрозмовників, влучно задавати питання, давати розпорядження, настанови, вирішувати складні ситуації, спілкуючись іноземною мовою тощо.

- **культурологічні вміння** включають володіння культурою ділового спілкування, урахування культурних особливостей іноземних партнерів/клієнтів/колег, правил поведінки, що прийняті в інших країнах.

- **професійні вміння**, тобто фахові вміння, які передбачають здатність використовувати власні професійні знання на практиці, розуміння та застосування професійної термінології іноземною мовою, обізнаність у широкому ряді питань професії, уміння їх вирішувати, спілкуючись іноземною мовою.

Таким чином, ми розглядаємо **ІПДС** економістів як комплексну категорію, сутність якої проявляється у єдності чотирьох головних, на наш погляд, аспектів: аспекти мовленнєвої комунікації, аспекти міжособистісної взаємодії (інтерації у реальному професійно-діловому середовищі), соціокультурному аспекті та професійному аспекті, що проілюстровано на рис. 1.6.



Рис. 1.6. Складники категорії ІПДС.

Іншомовне професійно-ділове спілкування економістів (надалі – ІПДС) визначено складним процесом міжособистісної професійно-ділової взаємодії, що здійснюється іноземною мовою та вимагає від сторін спілкування активного прояву власних професійних знань та якостей з метою встановлення ділових контактів, налагодження ефективного співробітництва для вирішення широкого ряду завдань у межах професійної діяльності економістів. ІПДС має практичне вираження у вигляді ділової доповіді/промови, оголошення, усного розпорядження, ділової бесіди, дискусії, інтерв'ю, ділових переговорів, ділової наради, телефонної розмови тощо (усне спілкування), а також ділового листа, письмової доповіді, резюме, розпорядження, угоди, контракту, звіту, заяви тощо (писемна комунікація).

1.3. Теоретичні основи організації іншомовної професійно-орієнтованої підготовки майбутніх економістів у вищій школі

Важливим постає питання розгляду теоретичних основ організації іншомовної професійно-орієнтованої підготовки майбутніх економістів з опорою на існуючі кваліфікаційні характеристики, галузеві стандарти, професіограми, коли під останніми розуміються положення, що містять детальний опис спеціальних знань, умінь, особистісних якостей, необхідних для успішного виконання певної професійної діяльності.

У сучасних професіограмах володіння мовою професії та комунікабельність, тобто здатність та відкритість людини до спілкування, визнається важливою особистісною якістю економіста, поряд з такими якостями, як посидючість, обов'язковість, чесність та порядність, відповідальність, охайність, старанність, зрудованість, винахідливість, емоційно-психічна стійкість, упевненість у собі [223; 180, с. 430 – 431].

Важливість спілкування для професійної діяльності економістів зазначається й у інших нормативних документах.

Так, згідно з Наказом Міністерства праці та соціальної політики України № 336 від 29.02.2004 Про затвердження Випуску 1 Довідника кваліфікаційних характеристик професій працівників, із змінами і доповненнями, внесеними наказом № 621 від 25 вересня 2013 року, важливість спілкування, знань етики ділового спілкування та ведення переговорів є безперечною для таких посад, як керівник підприємства, головний економіст, економіст, комерційний директор, менеджер з логістики, менеджер з персоналу, менеджер з реклами, менеджер зі збуту, менеджер зі зв'язків з громадськістю, менеджер із зовнішньоекономічної діяльності, начальник відділу збуту (маркетингу), начальник відділу зовнішньої кооперації, начальник відділу зовнішньоекономічних зв'язків, торговельний агент, брокер, дилер [130].

Спілкування, зокрема іноземною мовою, є важливим й для економістів-міжнародників, економістів-аналітиків, співробітників науково-дослідних інститутів з проблем економіки, викладачів економічних дисциплін у ВНЗ.

Згідно Галузевого стандарту вищої освіти України для освітньо-кваліфікаційного рівня “бакалавр” важливими складовими загальної компетентності фахівців з економіки визнано міжособистісні компетентності, з-поміж яких виокремлюються такі, як здатність здійснювати комунікаційну діяльність (уміння усно та письмово спілкуватися державною мовою та не менш ніж однією з іноземних мов; уміння використовувати невербальні засоби комунікації; дотримання загальноприйнятих норм поведінки та моралі в міжособистісних відносинах), позитивне ставлення до несхожості та інших культур, здатність працювати в міжнародному середовищі (вміння використовувати іноземну мову для забезпечення результативної професійної діяльності; вміння спілкуватися з експертами з інших галузей). Підкреслюється важливість здатності роботи з іншомовними фаховими текстами, користуючись необхідними довідковими джерелами; здатність до аналітичного опрацювання іншомовних джерел для одержання інформації, необхідної для розв’язання завдань у професійно-виробничій діяльності [40, с. 22 – 23; 41, с. 22].

Таким чином, розгляд професіограм, кваліфікаційних характеристик, галузевих стандартів вищої освіти підтвердив значущість іншомовного спілкування для професійної діяльності економістів, а отже в основі іншомовної професійно-орієнтованої підготовки полягає проблема ретельного вибору таких стратегій її організації, які відповідатимуть сучасним вимогам до професійної підготовки майбутніх економістів, формуючи у студентів широкий ряд особистісних якостей, необхідних для успішного виконання подальшої професійної діяльності.

Такою керуючою ланкою, на нашу думку, має виступити компетентнісний підхід, який було розглянуто у роботах вітчизняних та зарубіжних науковців (І.Д. Бех, Н.М. Бібік, І.О. Зимня, Н.П. Томасевич, О.В. Овчарук, С.Є. Шишов, М. Canale, М. Celce-Murcia, N. Chomsky, А. Duranti, D.Н. Hymes, W.T. Littlewood, E. Llurda, J.C. Richards, S.J. Savignon, M. Saville-Troike, M. Swain та ін.), адже він

забезпечує зв'язок цілей освіти з міждисциплінарними інтегрованими вимогами до результату освітнього процесу [207].

За своїм визначенням термін “підхід до навчання” багатозначний. Це а) світоглядна категорія, у якій відображуються соціальні настанови суб'єктів навчання як носіїв суспільної свідомості; б) глобальна та системна організація і самоорганізація освітнього процесу, що містить всі його компоненти і перш за все самих суб'єктів педагогічної взаємодії: учителя (викладача) й учня (студента). *Підхід* як категорія ширше поняття “стратегія навчання” – він містить її у собі, визначаючи методи, форми, прийоми навчання [68, с. 75].

Науковці зазначають, що підхід відзначається певною ідеєю, концепцією, принципами і центрується на одній або кількох основних категоріях: для системного підходу ключовою категорією є “система”, для проблемного підходу — “проблема”. Відповідно, для компетентнісного підходу такими категоріями є “компетенція” і “компетентність” у різному їх співвідношенні [100, с. 44 – 45; 67, с. 9].

Оскільки у наукових колах триває дискусія щодо визначення сутності, складових та співвідношення даних ключових категорій, доцільно, на нашу думку, розглянути визначення, наведені у довідкових джерелах.

Компетенція (лат. *competentia*, від *competo* – взаємно прагну, відповідаю, підходжу) – коло повноважень якої-небудь організації, установи або особи; коло питань, в яких дана особа має певні повноваження, знання, досвід [185, с. 282]; добра обізнаність із чим-небудь, коло повноважень якої-небудь організації, установи або особи [28, с. 445].

Компетентність (від лат. *competens (competentis)* – належний, відповідний) – поінформованість, обізнаність, авторитетність.

Компетентний – 1. Який має достатні знання в якій-небудь галузі; який з чим-небудь добре обізнаний, тямущий; який ґрунтується на знанні, кваліфікований. 2. Який має певні повноваження; повноправний, повновладний [28, с. 445].

На думку науковців, **компетентність** – це інтегрована характеристика особистості, результативний блок, сформований через досвід, знання, уміння, ставлення, поведінкові реакції, який включає практичні навички, цінності, емоції, та

все те, що можна мобілізувати для активної дії, а **компетенція** – об’єктивна категорія, суспільно визнаний рівень знань, умінь, навичок, ставлень тощо у певній сфері діяльності людини як абстрактного носія [91, с. 92].

Компетентність розуміють і як загальну здатність і готовність особи до діяльності, заснованої на знаннях і досвіді, набутих завдяки навчанню, орієнтовану на самостійну участь особи в навчально-пізнавальному процесі для подальшого успішного включення у трудову діяльність [217], як “результативний блок, сформований через досвід, знання, вміння, ставлення, поведінкові реакції” [17, с. 27], як “можливість встановлення зв’язку між знаннями і ситуацією” [22, с. 96], тоді як компетенція – “деяка відчужена, наперед задана вимога до підготовки особи, знань та досвіду діяльності у певній сфері” [45, с. 30].

З психологічної точки зору компетентність розуміється як досвідченість суб’єкта в певній життєвій сфері чи професійній галузі, яка ґрунтується на прагненні особистості до самовизначення, самовиявлення, самоствердження у своїй галузі, переживанні почуття гідності за себе, за свою професійну діяльність [17].

Вказуючи на необхідність вироблення єдиного визначення категорій “компетентність” – “компетенція” та розмірковуючи над причинами розбіжностей у їх розумінні, вітчизняні дослідники відмічають, що брак належної уваги до зазначеної проблеми в роботах західних засновників компетентнісного підходу є однією з причин відсутності єдиного трактування його ключових категорій серед дослідників [3, с. 294].

Так, І.В. Секрет констатує, що часто термін “компетентність” замінюється терміном “компетенція” без явних на те підстав і обґрунтувань [183, с. 254].

Існує думка, що така невідповідність зумовлена неточним перекладом рекомендацій Ради Європи та інших міжнародних документів, коли англійське *competency* було помилково перекладено на співзвучний йому український відповідник *компетенція*, що було спричинено відповідністю двох українських еквівалентів (*компетентність* і *компетенція*) одному англійському – *competency(e)*, [128, с. 266; 91, с. 48].

Підбиваючи первинний підсумок, процитуємо академіка І.О. Зимню щодо співвідношення понять “компетентність” та “компетенція”, яка констатує, що “існують два варіанти тлумачення співвідношення цих понять: вони або ототожнюються, або диференціюються” [67, с. 12].

Компетентнісний підхід до підготовки фахівців у ВНЗ передбачає не просту передачу знань від викладача до студентів, а формування у них **професійної компетентності**, яка проявляється в оволодінні знаннями та цілеспрямованому їх застосуванні при розв’язуванні професійних завдань [49, с. 177].

На думку Л. В. Лунгу, професійну компетентність можна визначити як інтегративний феномен, що проявляється в діяльності, поведінці, вчинках людини та розглядається як цілісна особистісна якість, що ґрунтується на певному рівні розвитку інтелектуальних та мисленневих здібностей, таких як аналіз, синтез, порівняння, систематизація [105].

На думку Е. М. Аскерова, професійну компетентність можна тлумачити як сукупність умінь та навичок спеціаліста вирішувати певний клас професійних завдань при наявності знань та досвіду, необхідних для ефективної професійної діяльності у заданій предметній галузі [11, с. 110].

Ми підтримуємо позицію науковця, згідно якої професійна компетентність може розглядатися сукупністю професійних компетенцій [11, с. 110], що прослідковується й у ряді інших наукових досліджень.

Так, О. Кучай розглядає компетентність як “володіння людиною відповідною компетенцією, що охоплює його особисте ставлення до неї та предмета діяльності” [100, с. 45 – 47].

В.О. Калінін доводить, що компетентність є більш широке поняття, яке характеризує і визначає рівень професіоналізму особистості, а її досягнення відбувається через здобуття необхідних компетенцій, що складають мету професійної підготовки фахівця [80, с. 8].

Означений погляд поділяють науковці С.А. Ісаєнко та О.В. Ільїна. На думку дослідниць, компетенції, як показники якісної фахової підготовки випускника ВНЗ, є детермінантами ефективної професійної діяльності молодого спеціаліста,

складовими та основою подальшого розвитку його компетентності (яка є сукупністю компетенцій та синонімом професійної придатності) до набуття ним рівня професіоналізму [73, с. 214].

Водночас, професійна компетентність передбачає, окрім професійних знань та вмій, ряд інших компонентів непрофесійного характеру. Це такі якості особистості, як цілеспрямованість, самостійність, організованість, відповідальність, творчий підхід до справи, вміння доводити справу до кінця, вміння постійно вчитися, гнучкість мислення, розвинуте абстрактне, системне й експериментальне мислення тощо [146, с. 59; 105, с. 128 – 129].

У теорії педагогічної освіти поняття **“професійна компетентність фахівця”** трактується паралельно з поняттями **“професійна майстерність”** – усталена соціально-психологічна властивість особистості, яка постає і результатом, і показником рівня підготовки фахівця [12, с. 192], а також **“професіоналізм”** – **“оволодіння основами та глибинами якої-небудь професії”** [28, с. 995].

Нагадаємо, що **“професії – це форми діяльності, що виникли історично та є необхідними суспільству, для виконання яких людина повинна мати суму знань та навичок, мати відповідні здібності та професійно значущі якості”** [110, с. 15].

Види професійної компетентності фахівця, за А.К. Марковою, є наступними:

- спеціальна компетентність – володіння професійною діяльністю на досить високому рівні, здатність проектувати свій подальший професійний розвиток;
- соціальна компетентність – володіння спільною (груповою, кооперативною) професійною діяльністю, співробітництвом, уживаними у даній професії прийомами професійного спілкування; соціальна відповідальність за результати свого професійного труда;
- особистісна компетентність – володіння прийомами особистісного самовиявлення, засобами протистояння професійним деформаціям особистості;
- індивідуальна компетентність – володіння прийомами самореалізації у рамках професії, готовність до професійного росту, здатність до індивідуального самозбереження, неохильність до професійного старіння, уміння раціонально організувати власну працю без перевантажень часу та сил [110].

Отже, провідною ознакою професійної компетентності є її усвідомленість та часткова сформованість ще до початку самостійної трудової діяльності. Мається на увазі, що студенти – майбутні економісти – мають ще у період навчання поступово її набувати, що передбачає наполегливу працю зі зміцнення своїх знань, формування професійної позиції. У науковій літературі дана ідея висвітлюється за допомогою поняття “професіоналізація особистості студента” [170], що має місце у ВНЗ та передбачає старанне набуття знань, розвиток професійних рис майбутнього фахівця, підвищення почуття професійної відповідальності, обов’язку і честі, зростання рівня домагань і прагнень до самоствердження, зміцнення професійної самостійності й готовності до майбутньої практичної роботи.

Основні напрями професіоналізації студентів, за Л.Г. Подоляк, такі:

- Професіоналізуються всі пізнавальні процеси: професійне сприймання і спостережливість, професійна пам’ять, професійна увага та мислення.
- Оволодіння знаннями, уміннями, навичками, самостійне вироблення засобів досягнення професійних цілей, що передбачає сформованість механізмів планування своєї діяльності, програмування своїх дій, оцінки результатів та їх корекція.
- Особистість студента набуває професійну спрямованість, що має такі ознаки: професійна мотивація; розуміння і прийняття професійних завдань з оцінкою власних ресурсів для їх розв’язання; бажання вдосконалювати свою підготовку до професійної діяльності, підсилюються мотиви самоосвіти і самовиховання; планування задовольняти матеріальні і духовні потреби, займаючись працею в галузі своєї професії [170, с. 81].

Компетентнісний підхід забезпечує можливість оцінити процес професіоналізації з двох боків: проєктивного, коли визначаються необхідні якості випускника і описується мета навчання, й оціночного, коли визначається ступінь підготовленості молодого фахівця до самостійної професійної діяльності [147, с. 16].

Отже, найчастіше поняття “професійна компетентність” корелюється науковцями з такими поняттями, як “здатність”, “спроможність”, “готовність до професійних видів діяльності” [88, с. 60], “готовність до цілепокладання; до оцінювання; до дії; до рефлексії” [91, с. 20].

Науковці вбачають компетентність основою діяльності, зіставляючи структуру компетентності зі структурою діяльності, до якої входять компоненти: усвідомлення потреби, формування мотиву, вибір способу здійснення діяльності, планування діяльності, перелік дій, виконання дій [45, с. 29; 91, с. 39].

Розглядаючи процес ПДС тотожним процесу діяльності, ми вважаємо доцільним конкретизувати зазначений перелік, додавши такі компоненти: планування необхідного кінцевого результату, отримання результату діяльності та аналіз результату діяльності (позитивного чи негативного) як важливі етапи усвідомлення та обміркування особистістю запланованої та виконаної дії (рис. 1.7).

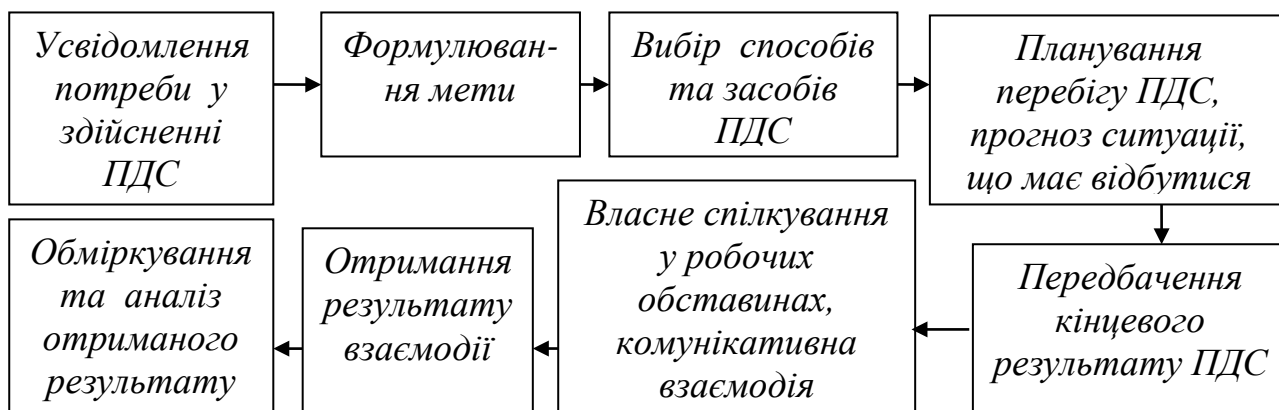


Рис. 1.7. Етапи процесу ПДС.

Дослідивши різноманітні погляди науковців щодо розуміння сутності компетентнісного підходу до підготовки фахівців та тлумачення понять “компетентність”, “компетенція”, “професійна компетентність”, вважаємо доцільним стисло розглянути загальні засади компетентнісного підходу, що пропонуються Радою Європи, якою визначено п’ять груп ключових компетенцій людини [183, с. 255]:

1. Політичні та соціальні компетенції, пов’язані зі здатністю брати на себе відповідальність, приймати участь у спільному вирішенні питань, регулювати конфлікти, брати участь у функціонуванні демократичних інститутів.
2. Міжкультурні компетенції – розуміння відмінностей, повага один до одного, до інших культур, мов та релігій.

3. Компетенції в усному та письмовому спілкуванні, володіння кількома мовами.
4. Компетенції у застосуванні нових технологій, критичне відношення до отриманої через різні канали інформації.
5. Компетенції, які реалізують здібність і бажання навчатися усе життя як основа неперервної підготовки у професійному плані, в особистісному і суспільному житті.

Спираючись на вищезазначене, науковці Н.М. Бібік, Л.С. Ващенко, О.І. Локшина та ін. розуміють компетентнісний підхід як спрямованість освітнього процесу на формування та розвиток **ключових** (життєвих), тобто надпредметних (міжпредметних) компетентностей, які визначаються як здатність людини здійснювати складні поліфункціональні, поліпредметні, культуродоцільні види діяльності, ефективно розв'язуючи відповідні проблеми; **загальногалузевих**, які формуються упродовж засвоєння змісту тієї чи іншої освітньої галузі; **предметних компетентностей особистості**, які розвиваються упродовж вивчення того чи іншого предмета. Результатом такого процесу буде формування **загальної компетентності людини**, що є сукупністю ключових (життєвих) компетентностей, інтегрованою характеристикою особистості, яка має сформуватися в процесі навчання і містити знання, вміння, ставлення, досвід діяльності й поведінкові моделі особистості [199, с. 16; 76].

Такими ключовими компетентностями особистості визнано такі: уміння вчитись, соціальна компетентність, загальнокультурна компетентність, здоров'язберігаюча компетентність, компетентності з інформаційних і комунікаційних технологій громадянська компетентність, підприємницька компетентність, де остання передбачає здатність: співвідносити власні економічні інтереси й потреби з наявними матеріальними, трудовими, природними й екологічними ресурсами, інтересами й потребами інших людей та суспільства; організувати власну трудову та підприємницьку діяльність і працю колективу; орієнтуватися в нормах і етиці трудових відносин; аналізувати й оцінювати власні професійні можливості, здібності та співвідносити їх з потребами ринку праці тощо [91, с. 85 – 89].

Вважаємо, що всі вищезазначені ключові компетентності є важливим підґрунтям особистості майбутнього економіста, необхідним для успішної професійної підготовки у ВНЗ, професійного становлення та самореалізації у майбутній професійній діяльності.

Насамкінець, наведемо точку зору С.Є. Шишова, згідно якої сукупність ключових компетентностей пропонується розглядати як перелік певних дій чи вмінь: а) вивчати – вміти вирішувати проблеми; вміти використовувати власний досвід; займатися самоосвітою; б) шукати – добувати інформацію; вміти працювати з документами; консультуватися в експерта; працювати з різними базами даних; в) думати – критично мислити; мати власну позицію; г) співпрацювати – вміти співпрацювати у групі; приймати рішення; вміти домовлятися; полагоджувати суперечки та конфлікти; д) братися за справу та адаптуватися – нести відповідальність; вміти організовувати свою роботу, знаходити нові рішення; гнучко реагувати на зміни в житті; бути стійким перед труднощами [218, с. 20].

З урахуванням усіх розглянутих вище наукових позицій, ми висуваємо такі тлумачення основних понять компетентнісного підходу [159]:

Професійна компетентність економіста – індивідуальна, особистісна характеристика фахівця, яка відображає здатність здійснювати на належному рівні професійну діяльність, виконувати професійні обов’язки, кваліфіковано вирішувати професійні завдання, ефективно застосовуючи власний професійний потенціал, здібності та досвід в залежності від конкретної професійної ситуації, демонструючи гнучкість та творчість мислення, здатність продуктивно організовувати та аналізувати власну професійну діяльність; складається з ряду взаємопов’язаних компонентів – компетентностей, які, підпадаючи у свою чергу під подальшу деталізацію, вміщують ряд підрядних особистісних утворень – **компетенцій**, що відповідають за здатність фахівця використовувати конкретний арсенал засобів для вирішення професійного завдання.

Вважаємо, що рівень володіння відповідними компетенціями визначає загальний рівень сформованості відповідної компетентності, які у сукупності становлять професійну компетентність фахівця.

На нашу думку, основними, рівнозначними та взаємопов'язаними компонентами професійної компетентності економіста є такі: діяльнісно-функціональний, особистісно-мотиваційний, теоретико-методологічний, інформаційно-технологічний та соціально-культурологічний (рис. 1.8) [165].

Розкриємо сутність кожного з них з точки зору загальної специфіки економічної галузі.



Рис. 1.8. Структура професійної компетентності економіста.

Так, до складу *діялісно-функціонального* компонента нами віднесено:

- *професійно-економічну компетентність* (грунтовні фахові знання обраної спеціальності, здатність до професійного мислення, володіння системою загальноекономічних знань, обізнаність з сучасних економічних проблем, тенденцій у світовій економіці);
- *організаційно-управлінську компетентність* (здатність ефективно організувати власну професійну діяльність та діяльність інших, приймати раціональні рішення, керувати робочим процесом, оцінювати обсяг роботи та відповідні матеріальні і фізичні витрати тощо);

- *прогнозувально-контролюючу* компетентність (передбачає вміння прогнозувати можливі ситуації у професійній діяльності, наслідки прийнятих рішень, контролювати отриманий результат професійної діяльності);

Інформаційно-технологічний компонент охоплює:

- *аналітико-інформаційну компетентність* (здатність орієнтуватися в інформаційному просторі, сприймати й аналізувати отриману професійно значущу інформацію, використовувати її для вирішення різноманітних завдань);

- *технологічну компетентність* (володіння сучасними технічними засобами з метою продуктивного виконання робочих завдань).

До *теоретико-методологічного* компонента належать:

- *професійно-наукова компетентність* (обізнаність щодо сучасних наукових положень у своїй професійній галузі, інтерес до наукових видань за професійною проблематикою);

- *освітня та самоосвітня компетентність* (здатність до сприймання нових знань, прагнення розширення власних професійних знань, здатність до самоосвіти і неперервної освіти; прагнення професійного розвитку);

- *організаційно-дослідницька компетентність* (здатність організовувати та проводити науково-дослідну роботу, аналізувати та запроваджувати результати сучасних наукових досліджень у практику власної професійної діяльності).

Особистісно-мотиваційний компонент включає:

- *ціле-мотиваційну компетентність* (досягнення цілей, задоволення особистих потреб у професійній діяльності; зростання мотивації та інтересу до професійної діяльності, творче ставлення до розв'язання робочих завдань);

- *аналітико-рефлексивну компетентність* (здатність аналізувати власну професійну діяльність, виявляти допущені недоліки та шукати шляхи їх усунення, оцінювати особисті досягнення, розвивати власну професійну продуктивність, ініціативність, впевненість тощо);

- *морально-етичну компетентність* (знання і володіння загальноприйнятими етичними нормами у своїй професії, розвиток особистісних моральних якостей (відповідальність, чесність, доброзичливість до колег, партнерів, клієнтів,

споживачів тощо), погляд на робочу ситуацію з морально-етичної точки зору та прийняття відповідних рішень, поважне ставлення до громадянських цінностей та запровадження їх у професійній діяльності).

До складу *соціально-культурологічного* компетента належать:

- *ситуативно-коопераційна компетентність* (здатність до співпраці в колективі, кооперація спільних зусиль при вирішенні професійних завдань, налагодження плідної взаємодії у різних робочих ситуаціях);
- *конфліктологічна компетентність* (здатність до розв'язання конфліктних ситуацій, подолання труднощів та непорозуміння між колегами, діловими партнерами, клієнтами, вироблення компромісних рішень);
- *загальнокомунікативна компетентність* (здатність лаконічно висловлювати свої думки, наводити аргументи, володіти культурою спілкування, обирати оптимальний стиль спілкування рідною мовою у різних робочих ситуаціях);
- ***іншомовна професійно-ділова комунікативна компетентність*** як необхідна особистісна основа, що відповідає за реалізацію спілкування як діяльності та передбачає здатність застосовувати іноземну мову у різноманітних ситуаціях ПДС, застосовуючи основні види ІМД: аудіювання, говоріння, читання та письмо; проявляючи обізнаність у соціокультурному аспекті спілкування; володіючи основами міжособистісної взаємодії; вдало виявляючи власні професійні знання засобами іноземної мови).

Таким чином, головним завданням компетентнісного підходу до підготовки майбутніх економістів у ВНЗ виступає формування професійної компетентності майбутнього фахівця, важливою ланкою якої є компетентність в іншомовному спілкуванні для вирішення робочих завдань, що дає нам змогу увести поняття “іншомовна професійно-ділова комунікативна компетентність” (ІПДКК), яка у загальному плані сприяє професійному зростанню фахівця, відкриває нові можливості для професійної самореалізації. ІПДКК, у свою чергу, також є складним утворенням, що має свої компоненти та рівні сформованості, визначення яких було б неправомірно здійснити без попереднього розгляду поняття “комунікативна компетентність” з теоретичних позицій, його витоків, сутності, структури.

У вітчизняній науці “комунікативна компетентність” досліджувався з позицій комунікативної лінгвістики – науки, у рамках якої виникло положення про те, що успішність мовленнєвого спілкування зумовлена здатністю тих, хто спілкується, організувати свою поведінку (мовленнєву та немовленнєву) відповідно до завдань комунікації [72, с. 68]. Цю здатність було визначено “комунікативною компетенцією/компетентністю” [72, с. 66] та проголошено центральною ланкою у даному науковому напрямі [43, с. 17 – 18].

Передумови виникнення даного поняття у зарубіжних наукових колах, за нашими спостереженнями, прослідковуються з 1959 р. у наукових працях Ф. де Соссюра, а згодом, з 1965 р., у Н. Хомського.

Так, науковцями визнається (М. Canale, А. Duranti, Е. Llurda, S. J. Savignon, М. Swain), що виникненню поняття “комунікативна компетентність” передувало обґрунтування розмежування понять “*мова*” – “*мовлення*”, розроблене Ф. де Соссюром, де перше з понять розумілося як “системне ціле, що є незалежним від застосування окремими мовцями, а друге – як застосування мови окремим користувачем даної системи” [236, с. 14].

По аналогії із протиставленням Ф. де Соссюра, у 1965 р. Н. Хомський висуває та обґрунтовує наступне розмежування понять: “*competence*” – “*performance*”.

Так, **Enric Llurda** говорить наступне: “One of the basic assumptions made by Chomsky... was the characterization of language as being composed of *competence* and *performance*, in principle quite resembling Saussure’s distinction between *langue* and *parole*” [250, с. 85].

А. Duranti із цього приводу пише наступне: “This distinction was in part inspired by de Saussure’s contrast between *langue* and *parole*... In this context, *competence* describes the capacity for language, that is, the knowledge – mostly unconscious – that a native speaker has of the principles that allow for the interpretation and use of a particular language... *Performance* instead is the implementation of that knowledge in acts of speaking” [236, с. 14 – 15].

Сам Н. Хомський так роз’яснює сутність висунутих ним понять: “Linguistic theory is concerned primarily with an ideal speaker-listener, in a completely homogeneous

speech-community, who knows its language perfectly and is unaffected by such grammatically irrelevant conditions as memory limitations, distractions, shifts of attention and interest, and errors (random or characteristic) in applying his knowledge of the language in actual performance” [232, с. 3]. “We thus make a fundamental distinction between *competence* (the speaker-hearer’s knowledge of his language) and *performance* (the actual use of language in concrete situations)” [232, с. 4].

Як бачимо, тлумачення вищезазначених понять відрізняються від позиції, прийнятої у сучасній науці. Це пояснюється тим, що із розвитком комунікативного підходу до викладання мови (communicative language teaching – CLT) поступово висувається поняття “комунікативна компетентність” (“communicative competence”) як центральна теоретична категорія даного підходу.

Вважається, що започаткув широке вживання даного поняття американський лінгвіст та антрополог Д. Хаймз.

Так, **Sandra J. Savignon** із цього приводу пише наступне: “Meanwhile, in the United States, Hymes (1971) had reacted to Chomsky’s characterization of the linguistic competence of the ideal native speaker and, retaining Chomsky’s distinction between competence and performance, proposed the term “communicative competence” to present the ability to use language in a social context, to observe sociolinguistic norms of appropriateness” [266, с. 2].

Також виділяється той факт, що Д. Хаймз досліджував дане питання у контексті інтеграції мови, комунікації та культури, спрямовуючи фокус на “мову як соціальну поведінку” (“language as social behaviour”), підкреслюючи важливість соціокультурного аспекту комунікації: “... *communicative competence* designates the knowledge and ability of individuals to use language appropriately in the communicative events in which they find themselves in any particular speech community” [244, с. 269 – 293]. У складі комунікативної компетентності Д. Hymes виокремлює знання і здатність їх використання: “I should take *competence* as the most general term for the capabilities of a person. ... Competence is dependent upon both (tacit) *knowledge* and (ability for) *use*” [244, с. 282 – 283].

M. Canale та **M. Swain** так пояснюють комунікативну компетентність та комунікативну діяльність: “... we have so far adopted the term ‘**communicative competence**’ to refer to the relationship and interaction between grammatical competence, or knowledge of the rules of grammar, and sociolinguistic competence, or knowledge of the rules of language use. Communicative competence is to be distinguished from **communicative performance**, which is the realization of these competencies and their interaction in the actual production and comprehension of utterances (under general psychological constraints that are unique to performance)” [229, с. 6].

Hans H. Stern схиляється до ототожнення таких трьох понять, як “**знання мови**” (“*knowing a language*”), “**комунікативна компетентність**” (“*competence*”) та “**досвідченість**”/“**кваліфікація**” (“*proficiency*”) у сфері володіння першою (рідною) або другою (іноземною) мовою, що передбачає: інтуїтивне володіння мовними формами; інтуїтивне володіння лінгвістичними, пізнавальними, емоційними та соціокультурними значеннями, вираженими за допомогою мовних форм; здатність застосовувати мову з максимальною увагою до комунікації та мінімальною увагою до мовних форм; креативність застосування мови [270, с. 346].

E. Llurda пропонує вживати поняття “**комунікативна мовна здатність**” (“**communicative language ability**”) та пише наступне: “**Communicative language ability** should include **language proficiency** and **communicative proficiency**, the former referring to the capacity to use language, and the latter including both the knowledge of the world and the strategies necessary to apply language proficiency to contextualized situations” [250, с. 96].

Як бачимо, у проаналізованих зарубіжних наукових джерелах не прослідковується тенденція до розмежування понять “**комунікативна компетентність**” – “**компетенція**”, що стало предметом дискусії серед вітчизняних науковців. Проте, західні дослідники у переважній більшості вживають термін “**communicative competence**”, який вміщує у собі, з одного боку, володіння мовою як специфічною теоретичною системою для здійснення спілкування, а з іншого – здатність влучно та ефективно використовувати дану систему на практиці зважаючи на конкретні ситуативні умови, що дає нам змогу дійти висновку, що

серед західних науковців здебільшого панує таке розуміння комунікативної компетентності, при якому акцент робиться на ситуативний та соціокультурний аспекти спілкування: “Communicative competence involves knowing not only the language code but also what to say to whom, and how to say it appropriately in any given situation. Further, it involves the social and cultural knowledge speakers are presumed to have which enables them to use and interpret linguistic forms” (за М. Saville-Troike, [267, с. 363]).

Отже, володіння мовою є чимось більшим, ніж досягнення формальної лінгвістичної правильності, та передбачає здатність пристосовувати мову до ситуації, до учасників спілкування, до його мети.

Сучасні інтерпретації сутності комунікативної компетентності у дослідженнях західних науковців вирізняються різноманіттям формулювань. Водночас, триває дискусія щодо складових означеного феномена, серед яких наявні такі: лінгвістична, граматична, соціолінгвістична, дискурсивна, стратегічна та ін. [224; 225; 226; 229; 231; 249; 251; 261; 262; 266; 267; 276] (Додаток II).

Аналіз вітчизняних дисертацій виявив аналогічну тенденцію: науковці пропонують власні формулювання та тлумачення даного поняття, а також широкий спектр його складових, виходячи з вузької специфіки того чи іншого дослідження.

Так, досліджуючи означену особистісно-ситуативну категорію у контексті професійної підготовки майбутніх фахівців різних спеціальностей, дослідники послуговуються такими назвами, як “комунікативна компетенція” [5; 15; 24; 70], “комунікативна компетентність” [16; 82; 208], “професійна комунікативна мовленнєва компетентність” [137.], “професійно-комунікативна компетентність” [57; 138], “іншомовна компетентність” [97], “іншомовна комунікативна компетентність” [94; 206], “іншомовна комунікативна компетенція” [72; 85; 86], “іншомовна професійна комунікативна компетентність” [9; 71], “професійно-орієнтована іншомовно-мовленнєва комунікативна компетенція” [148; 203] тощо.

В якості компонентів даного феномена висуваються мовна (лінгвістична)/лінгвістична (мовна та мовленнєва); мовленнєва; прагматична/соціальна; соціокультурна; стратегічна/компенсаторна;

лінгвопрофесійна; професійна; дискурсивна; когнітивна; інформативна; соціально-інформаційна; соціально-політична; предметна; персональна; міжкультурна компетенції у різних поєднаннях [5; 9; 15; 16; 24; 57; 70; 71; 82; 94; 138; 206; 208].

Висуваються й такі компоненти, як функціональна грамотність з іноземної мови, соціокультурна спрямованість особистості, професійна мобільність мислення [97, с. 10]; знання – професійні та лінгвістичні (граматики, лексики, фонетики), іншомовні комунікативні вміння здійснювати ефективне спілкування; професійно-особистісні якості студента (комунікативність, толерантність, здатність до подолання психологічного бар'єру при іншомовному спілкуванні); досвід іншомовного професійного спілкування [94, с. 11].

Так, за Г.К. Борозенець, **комунікативна компетенція** – це здатність (уміння) здійснювати мовленнєву діяльність, реалізуючи комунікативну мовленнєву поведінку на основі фонологічних, лексико-граматичних, соціолінгвістичних та країнознавчих знань, навиків і умінь (рідної або іноземної мови) відповідно до різноманітних комунікативних завдань та ситуацій спілкування [24, с. 68].

За висновком В. Берези [15, с. 15], **комунікативна компетенція** є важливим компонентом соціалізації особистості, компонентами якого є: **мовна, мовленнєва, соціокультурна, стратегічна (компенсаторна)** (уміння брати активну участь у спілкуванні, добираючи правильну стратегію і тактику спілкування); **дискурсивна** (здатність розуміти різні види комунікативних висловлювань, будувати цілісні, логічні висловлювання різних функціональних стилів тощо); **когнітивна** (готовність до виконання “мовленнєво-розумових” завдань завдяки сукупності мовленнєвих дій та мисленнєвих операцій, дослідні дії з розв'язання певних проблемних завдань у навчальній діяльності); **прагматична** (психологічна й функціональна готовність передавати комунікативний зміст у ситуації спілкування і налагоджувати комунікативну співпрацю зі співрозмовником); **інформативна** (володіння змістовим аспектом спілкування, знання навколишньої дійсності, здатність описати її іноземною мовою, виразити ставлення до неї) [15, с. 14 – 15].

О.В. Касаткіна трактує **комунікативну компетентність** як основу соціальної компетентності особистості та розуміє дане поняття як “інтегральне утворення, побудоване на комбінації взаємовідповідних пізнавальних відношень, практичних навичок, цінностей, емоцій, поведінкових компонентів, знань, умінь і всього того, що необхідне для активного спілкування та взаємодії” [82, с.16].

Н.В. Берестецька визначає **комунікативну компетентність** як комплекс внутрішніх ресурсів, необхідних для побудови ефективною професійної комунікативної взаємодії та успішного функціонування у професійному середовищі з огляду на власні здібності, знання, посаду [16, с. 5].

Є.В. Тягнирядно розуміє **комунікативну компетентність** юриста як здатність використовувати мову, тобто здатність творчо, цілеспрямовано, грамотно встановлювати та підтримувати необхідні контакти з іншими людьми з урахуванням конкретної ситуації та комунікативної спрямованості [208, с. 79].

С.В. Козак виокремлює такі компоненти іншомовної комунікативної компетенції фахівця морського флоту: **лінгвістична компетенція**, тобто блок знань, умінь та навичок, які забезпечують оволодіння мовними засобами, визначення комунікативного змісту, розуміння окремих мовних одиниць, їх значення, форму і структуру, зв'язки між ними; **соціокультурна компетенція**, що зумовлює розуміння лінгвокраїнознавчих реалій; **стратегічна компетенція** – наявність блоку знань, умінь та навичок, що забезпечують розуміння методу викладу й способу поєднання речень, визначення теми повідомлення, логічного зв'язку між частинами тексту тощо; **професійна компетенція**, яка обіймає блок знань, умінь та навичок двох типів: таких, що опікують розуміння конкретних професійних проблем, оцінку значущості інформації з позиції професійної діяльності, а також таких, забезпечують подолання психологічного бар'єра під час іншомовного спілкування та активізацію комунікативного потенціалу особистості на основі усвідомлення нею потреби в такому спілкуванні [85, с. 7–8].

Найважливішими компонентами **іншомовної комунікативної компетенції студентів філологічних спеціальностей**, на думку О.А. Ізмайлової, є такі: **мовна (лінгвістична) компетенція**, яка передбачає систему знань, умінь і навичок

здійснювати іншомовну комунікацію в типових ситуаціях навчальної, трудової та культурної сфер спілкування, читати і розуміти тексти різних жанрів та видів з різним ступенем розуміння їх змісту; **соціокультурна компетенція**, яка включає фонові знання (сукупність відомостей про соціокультурні особливості народу та про стандарти комунікативної поведінки) прийняті в цій культурній спільноті; мовний і мовленнєвий матеріал, необхідний для розкриття соціокультурної інформації, реалії, вільні та сталі словосполучення, форми мовленнєвого етикету; навички та вміння оперування фоновими знаннями та мовним і мовленнєвим матеріалом соціокультурного плану; **професійна компетенція**, яка передбачає навички та вміння знаходження і оперування іншомовною професійно значущою інформацією, знання фахової термінологічної лексики, вміння читати і виділяти основне зі спеціалізованих текстів [72, с. 70-71].

Проблемі розвитку **іншомовної професійної комунікативної компетентності студентів технічного ВНЗ** присвячено дослідження А.С. Андрієнко, у рамках якого зазначене поняття складається з таких базових (ключових) компетенцій, як лінгвістична (мовна та мовленнєва), дискурсивна, стратегічна, соціокультурна, соціальна (прагматична), лінгвопрофесійна (предметна, спеціальна), соціально-інформаційна, соціально-політична, персональна (особистісна, індивідуальна), міжкультурна та розглядається здатністю здійснювати міжкультурне професійно орієнтоване спілкування в якості вторинної мовної особистості – сукупності здатностей людини до іншомовного спілкування на міжкультурному рівні, успішної взаємодії з представниками інших культур з урахуванням національних цінностей, норм та уявлень, що передбачає здатність створювати позитивний настрій, обирати доцільні способи вербальної та невербальної поведінки у рамках полілогу культур, зберігати національну самоідентифікацію в умовах міжнародної інтеграції та мобільності тощо [9].

Нарешті, у Загальноєвропейських рекомендаціях з мовної освіти **комунікативні мовні компетенції (КМК)** розуміються як такі, що “забезпечують людині можливість діяти, застосовуючи специфічні лінгвістичні засоби” [64, с. 9]. У їх складі виокремлюються комунікативний, соціолінгвістичний та прагматичний

компоненти. **Лінгвістичні компетенції** включають лексичні, фонологічні, синтаксичні знання і вміння та інші параметри мови як системи. **Соціолінгвістичні компетенції** стосуються соціолінгвістичних умов користування мовою (правила ввічливості, норми, що регулюють стосунки й ін.), пронизуючи весь процес міжкультурного спілкування навіть тоді, коли його учасники часто не усвідомлюють цього впливу. **Прагматичні компетенції** пов'язані з функціональним вживанням лінгвістичних засобів: продукуванням мовних функцій, актів мовлення тощо. Вони також стосуються умінь дискурсу, зв'язності мовлення [64, с. 13].

Проблема навчання англійської мови для ділового спілкування набула глибокого вивчення у наукових працях О.Б. Тарнопольського та С.П. Кожушко.

На думку науковців, **“професійно-орієнтована іншомовно-мовленнєва комунікативна компетенція в області ділового спілкування** складається з семи компонентів: **лінгвістичного, предметного, формально-логічного, ділового лінгвосоціокультурного** із дуже невеликим **паралінгвістичним компонентом**, що входить до нього, компонента **“стиля життя”** і **психологічного компонента**” [203, с. 37]. **Лінгвістичний компонент** забезпечує власне мовленнєве спілкування засобами мови. **Предметний компонент** забезпечує змістову сторону комунікації, яка вимагає професійних знань. **Формально-логічний компонент** підтримує логічну зв'язність мовлення, яка необхідна як для продукування мовлення, так і для його розуміння. **Лінгвосоціокультурний компонент** дає можливість продукувати та розуміти мовлення виходячи з соціальних і культурних норм даної мовної спільноти (у тому числі норм, властивих окремим професійним групам), розуміти й застосовувати реалії, спираючись на ті фонові знання, що відомі всім носіям мови та/або представникам конкретної професійної групи. **Паралінгвістичний компонент** відповідає за ті аспекти комунікації, які важливі для її нормального протікання, але безпосередньо з мовою не пов'язані, – наприклад, жестикуляція, яка відрізняється у різних мовних спільнотах [203, с. 33].

Компонент **“стиль життя”** (lifestyle) “регулює стереотипи поведінки, необхідні для нормального повсякденного життя у конкретному мовному та культурному соціумі” [203, с. 35], та охоплює стереотипи **“стилю ділового життя”**,

які забезпечують дотримання повсякденних норм ділового спілкування, що існують у конкретному соціумі [203, с. 36]. Наприклад, різне відношення до запізнення на ділову зустріч в Україні та Росії, та у США або Великобританії.

Психологічний компонент відповідає за навички та уміння правильної оцінки співрозмовника(ків), передбаченням його/їх реакцій, регулюванням таких реакцій, забезпеченням переконливості власних висловлювань тощо [203, с. 37].

Вищезазначені компетенції, однак, не вичерпують усього переліку компетенцій, які висуваються науковцями.

Так, О.Л. Огурцова, досліджуючи **професійно-орієнтовану іншомовну мовленнєву комунікативну компетенцію** в області ділового спілкування економістів, висуває новий компонент – “компетенцію у користуванні англomовними засобами сучасних інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) для спілкування, надання, знаходження, вилучення та обробки іншомовної професійно значущої інформації” [148, с. 153].

Отже, іншомовна комунікативна компетентність є професійно значущою характеристикою особистості фахівця, а її розвиток є першочерговим завданням та метою іншомовної підготовки, що має на увазі навчання вільного виявлення власних професійних знань та здатності швидкого орієнтування в іншомовному середовищі з урахуванням лінгвістичних та соціальних правил, яких дотримуються носії мови [42, с. 19; 54, с. 19; 149, с. 151 – 152].

У даному дослідженні ми виходимо з того, що навчання майбутніх економістів ІІДС являє собою цілеспрямований професійно-орієнтований процес, головною метою якого виступає формування у студентів **іншомовної професійно-ділової комунікативної компетентності**, яка розглядається нами як **інтегрована характеристика особистості економіста, особистісний феномен, що являє собою сукупність взаємопов'язаних компонентів (комунікативних компетенцій) та виявляє здатність повною мірою реалізовувати міжособистісне й міжкультурне ІІДС з метою вирішення професійних завдань.**

У складі ІПДКК ми виокремлюємо компоненти (комунікативні компетенції): *лінгвістичну, професійно-предметну, ділову соціокультурну та інтеракційну* (рис. 1.9) [167].



Рис. 1.9. Структура ІПДКК економіста.

Розкриємо сутність кожного з компонентів ІПДКК.

Так, *лінгвістична компетенція* розглядається нами як володіння знаннями, пов'язаними з різними аспектами мови: лексикою, граматиною, фонетикою (мовна компетенція), та здатність їх використання у мовленні під час усного та письмового ПДС (мовленнєва компетенція).

Саме мовленнєва компетенція передбачає практичне використання іноземної мови, що має на увазі оволодіння говорінням, аудіюванням, читанням та письмом як основними видами ІМД, що дає змогу брати участь у реальному спілкуванні.

Отже, можна стверджувати, що акцент у викладанні має робитися не на мову як систему, а на мовлення. Саме тому ми вважаємо, що лінгвістичну компетенцію можна конкретизувати як *лінгвістично-мовленнєву*, до якої слід інтегрувати мовну та мовленнєву компетенції, що, маючи між собою суттєві відмінності, засновані на розглянутих вище відмінностях між мовою та мовленням, насправді є двома сторонами однієї медалі та формують цілісну єдність знань мови як теоретичної системи та здатності застосовувати дану систему на практиці у процесі спілкування.

Так, мовна (лінгвістична) компетенція включає такі компоненти, як лексична, граматична, фонологічна компетенції, що охоплюють знання іншомовної лексики, граматики, фонетики та відповідні навички.

Мовленнєва компетенція охоплює: компетенцію в аудіюванні, що виявляється у здатності сприймати на слух та правильно розуміти іншомовну інформацію у процесі спілкування; компетенцію у говорінні при здійсненні ІПДС поєднує компетенцію в діалогічному та в монологічному мовленні, які є необхідними під час нарад, публічних виступів, доповідей, дискусій тощо; компетенцію у читанні, що передбачає здатність до сприяння, розуміння та аналізування іншомовної інформації, отриманої під час читання у різних його видах, що є важливим для читання текстів ділових листів, угод, доповідей, наукових статей іноземною мовою тощо; компетенцію у письмі, що виявляється у здатності користуватися писемним іншомовним діловим мовленням для написання ділових листів, Інтернет-повідомлень, звітів, текстів чи планів промов, резюме тощо.

Таким чином, наведений вище розгляд понять “мова” та “мовлення” дозволив нам виокремити перший серед рівнозначних складників ІПДКК економістів – лінгвістично-мовленнєву компетенцію, яка охоплює теоретичні знання іноземної мови та здатність їх практичного застосування у мовленні.

Однак, ІПДС економістів є живим та динамічним процесом, що дало нам змогу дійти висновку, що у процесі навчання майбутніх економістів такого

спілкування акцент має робитися на практичну комунікацію, а отже види мовленнєвої діяльності (говоріння, аудіювання, читання та письмо) мають перевагу над теоретичними знаннями іноземної мови.

Очевидним постає факт, що при здійсненні ІПДС фахівцю економіки доводиться оперувати професійною (фаховою) та загальнонауковою термінологією, розуміти спеціалізовані поняття при сприйнятті мовлення на слух та читанні, а також продукувати їх при говорінні та письмі. Таким чином, володіння лише лінгвістичною (мовною та мовленнєвою) компетенцією виявляється недостатнім для ефективного здійснення ІПДС, а отже виникає необхідність у виокремленні такого компонента ІПДКК як **професійно-предметна компетенція**, яка відповідає за здатність фахівця використовувати власні професійні знання, спілкуючись іноземною мовою, розуміти та використовувати професійні терміни, виявляти ґрунтовну обізнаність з питань професії, що обумовлюються предметом та змістом ІПДС у конкретній ситуації.

Важливою рисою, при цьому, виступає обізнаність про сутність та напрямки діяльності основних міжнародних економіко-фінансових організацій, таких як МВФ, СОТ, Міжнародна торгова палата, Міжнародний банк реконструкції та розвитку й ін. Професійно-предметна компетенція відповідає й за здатність читати та аналізувати друковані періодичні та наукові матеріали іноземною мовою на професійну тематику, забезпечує спроможність дати власну оцінку отриманої інформації, обговорити її з іншими.

Таким чином, сформованість професійно-предметної компетенції забезпечує фахівцю економіки можливість виявити себе як професіонала, експерта у своїй області, демонструючи ґрунтовні знання професійної термінології іноземною мовою та здатність вирішувати широке коло професійних питань у процесі ІПДС.

Ефективне здійснення ІПДС складно уявити без наявності знань та уявлень про культуру та особливості суспільного життя країни, з представниками якої відбуваються ділові контакти, що є тісно пов'язаним з таким вагомим аспектом, як культура мови та спілкування.

Так, С.Г. Тер-Мінасова пише: “Мова як засіб спілкування людей та сформована за його допомогою культура даного суспільства існують у нерозривному зв’язку та безперервній взаємодії, що й обумовлює їх розвиток... Важливим фактором розвитку людського суспільства є взаємодія, взаємозалежність, взаємозв’язок мови та культури. Мова – дзеркало культури, в ній відображується не тільки реальний світ, що оточує людину, не тільки реальні умови його життя, але й суспільна самосвідомість народу, його менталітет, національний характер, стиль життя, традиції, звичаї, мораль, система цінностей, світосприйняття” [204, с. 19].

Культура мови визначається науковцями як “володіння нормами літературної мови, вміння користуватися її виразовими засобами в різних умовах спілкування відповідно до мети й змісту мовлення” [84, с. 253], володіння загальноприйнятим мовним етикетом – усталеними мовними зворотами, типовими формулами, якими послуговуються у різних ситуаціях спілкування, які відповідають національно-культурним традиціям суспільства або окремого соціуму. Це формули звертання, вітання, прощання, подяки, прохання, вибачення, поздоровлення тощо [216, с. 13].

На думку В.В. Любашиної, **культуру спілкування** можна розглядати як частину культури поведінки людини у суспільстві, так звану мовленнєву поведінку. Культура поведінки не буває поза культурою спілкування, і навпаки [107, с. 62].

Отже, культура та мова є взаємопов’язані, а тому стає зрозумілим, що роль культури у діловому спілкуванні є значною, адже очевидно, що така важлива область людського життя, як ділові стосунки є підвладною впливу культури. Культура спілкування є навід’ємною та важливою складовою загальної культури – “того фактору у суспільстві, що цементує цілісність соціальної спільності [191, с. 439]”, саме тому культура ПДС має розглядатися як цілісне поєднання культури мовлення та культури поведінки особистості у професійно-діловому середовищі.

Науковцями визнається, що вирішення проблеми формування особливої якості (здібності) в людині, що виявляється в умінні ефективного міжкультурного спілкування з представниками інших етносів і культур дозволить зняти напруження у полікультурному суспільстві [131, с. 8]. Цілком підтримуючи позицію О.О. Заболотської, ми приймаємо таке розуміння поняття “міжкультурне

спілкування”, коли воно визначається як взаємодія комунікантів належних до різних культурних груп і окремих особистостей, у процесі якого вони зіштовхуються з цінностями, нормами поведінки, звичаями і традиціями, відмінними від власних, при цьому створюється спільне для носіїв даних культур значення мовних дій, вчинків та подій з метою забезпечення взаємного розуміння [63]. Тож, необхідно формувати готовність індивіда до сприйняття іншого напрямку думок, уміння співвідносити своє і чуже, що дозволить уникнути збоїв у спілкуванні [61].

Ми визначаємо культуру ІПДС економістів як спроможність фахівців здійснювати професійно-ділову комунікацію за правилами ділового етикету, дотримання культури мовлення та культури поведінки у діловому світі, що передбачає прояв ввічливості, поваги, стриманості при спілкуванні, урахування індивідуальних та національно-культурних особливостей співрозмовника-іноземця у різних ситуаціях спілкування, наприклад: під час знайомства з іноземними партнерами, під час переговорів, телефонних розмов, виступів на міжнародних конференціях, симпозиумах; під час розмов з клієнтами; під час співбесід з метою працевлаштування тощо.

Таким чином, важливим компонентом ІПДКК ми висуваємо **ділову соціокультурну компетенцію**, яка, охоплює знання про культуру країни, з представниками якої здійснюються ділові стосунки (знання економіки, державного устрою, історії, традицій тощо), та обізнаність з особливостей мовленнєвої та немовленнєвої поведінки носіїв певної культури в ситуаціях ІПДС, тобто володіння культурою ІПДС.

Формування ділової соціокультурної компетенції відкриває безліч напрямів перед викладачем та студентами, адже спілкування англійською мовою не передбачає обов’язкову приналежність іноземних партнерів саме до англійської культури. Це пояснюється тим, що англійська мова як мова міжнародного співробітництва застосовується при діловому спілкуванні між представниками самих різних країн та культур світу. У таких випадках партнери по ІПДС встановлюють взаємодію, як правило, англійською мовою, будучи при цьому носіями інших культур, що звичайно знаходить своє відображення у поведінці,

способі ведення ділових стосунків, у мовленні. Оскільки у рамках іншомовної підготовки у ВНЗ складно висвітлити соціально-культурні особливості всіх країн та народів світу, стає очевидним, що вивчення даного аспекту має переходити у площину подальшої самоосвіти фахівців.

Нарешті, важливим компонентом ПДКК ми висуваємо *інтеракційну компетенцію*, тобто *компетенцію взаємодії, інтеракції*, яка, на нашу думку, об'єднує у собі, з одного боку, знання та навички організації іншомовного ділового мовлення, тобто здатність стилістично грамотно, логічно, послідовно та переконливо будувати мовлення, уникати прогалини у власних знаннях, а з іншого, – правильно організовувати власну поведінку під час спілкування, ставити завдання та домагатися досягнення мети у процесі ПДС, будувати процес ПДС відповідно до конкретного професійно-ділового середовища, що має місце. Інтеракційна компетенція передбачає сформованість наступних умінь: розпочати, підтримати, завершити дискусію, висловити власну точку зору, здатність встановлювати та змінювати тему розмови, аргументувати, переконувати співрозмовника, влучно та вдало реагувати на повідомлення, логічно та точно будувати власні висловлювання.

Виокремлюючи одним з головних компонентів у складі ПДКК саме інтеракційну компетенцію, ми поділяємо точку зору М. Celce-Murcia, яка надає їй першорядного значення. Вчена виокремлює у її складі такі компоненти: *“компетенція дії” (“actional competence”)* – “knowledge how to perform common speech acts... in the target language involving interactions such as information exchanges, interpersonal exchanges, expressions of opinions and feelings, problems (complaining, regretting, apologizing, etc.), future scenarios (hopes, goals, promises, etc.); *“розмовна компетенція” (“conversational competence”)*, яка охоплює такі питання: як починати та завершувати розмову; як встановлювати та змінювати тему; як перервати співрозмовника; як поступатися/ віддавати комусь слово; як співпрацювати й ін.; *невербальна/ паралінгвістична компетенція (“non-verbal/ paralinguistic competence”)*, до якої вчена відносить міміку, жестикуляцію, контакт очима (*kinesics/ or body language*), відстань між співрозмовниками (*proxemics*), тактильну поведінку (*haptic behaviour*) (чи припустимо торкатися співрозмовника),

нелінгвістичні вислови з інтеракційним значенням (*non-linguistic utterances with interactional import*) (напр. *Ahhh!*, *Huh?*, *Uh-oh.*), роль мовчання та пауз [231, с. 48].

Важливість умінь інтеракції підкреслює й М. Saville-Troike. Даний компонент вбачається вченою другим у структурі комунікативної компетентності, після лінгвістичного компонента, та передбачає: "... both knowledge and expectation of who may or may not speak in certain settings, to whom they may speak, when they should remain silent, how they should talk to people of different statuses and roles, what nonverbal behaviors are appropriate for them to use in various contexts, what routines they should use for turn taking in conversation, how they should ask for and give information, how they should request, how they should offer or decline assistance or cooperation, how they should give commands, and how they should enforce discipline" [267, с. 365].

Таким чином, ми розуміємо **інтеракційну компетенцію** як здатність будувати ПДС таким чином, щоб ефективно взаємодіяти зі співрозмовником, вдало поводитися та реагувати, домагатися встановленої мети, володіти навичками вербальної та невербальної взаємодії.

Отже, ПДКК являє собою інтегровану характеристику особистості економіста, особистісний феномен, що являє собою сукупність взаємопов'язаних компонентів (комунікативних компетенцій) та виявляє здатність повною мірою реалізовувати міжособистісне й міжкультурне ПДС з метою вирішення професійних завдань, а також містить такі компоненти (комунікативні компетенції): лінгвістичну, професійно-предметну, ділову соціокультурну та інтеракційну, які є взаємопов'язаними та мають формуватися нерозривно одна від одної.

Сформованість ПДКК у майбутніх економістів розглядається нами основою їх здатності до здійснення ПДС.

У науковій літературі існує чимало праць, присвячених дослідженню проблеми професійно-орієнтованого навчання іноземної мови (Н.Р.Барабанова, К.Г. Вишневська, О.Г. Каверіна, О.О. Нужна й ін.).

Так, за О.Г. Каверіною, **професійно-орієнтоване навчання** є складним утворенням, структурні компоненти якого формуються в умовах інтегративного підходу до навчання, тобто в навчально-пізнавальній діяльності існує декілька

детермінант, які націлені не тільки на формування професійних знань, умінь та навичок, але і на особистісні якості майбутнього фахівця [75, с. 217].

За К.Г. Вишневською, **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 [32].

Отже, **професійно-орієнтоване навчання іноземної мови** можна розуміти як навчання, засноване на потребах тих, хто навчається, які обумовлюються характерними особливостями професії або спеціальності [21, с. 78].

Професійно-орієнтоване навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю – це цілеспрямований педагогічний процес організації та стимулювання активної іншомовної навчально-мовленнєвої діяльності студентів до оволодіння ними іншомовними комунікативними навичками і вміннями професійної спрямованості задля подальшого спілкування з іноземними спеціалістами в економічній сфері [32, с. 15].

Л.Є. Алексєєва виокремлює такі особливості професійно-орієнтованого викладання іноземних мов: залежність структури курсу від цілей навчання; використання базових знань загальної іноземної мови у тих, хто навчається як основи для набуття ними професійно значущих знань та вмінь іншомовного спілкування; орієнтація змісту курсу на конкретну професійну область (економіка) чи спеціальну дисципліну (менеджмент, маркетинг і т.п.); динамічність процесу розробки та корегування програми курсу в залежності від умов навчання, що швидко змінюються [4, с. 15 – 16].

Плануючи процес навчання майбутніх економістів ПІДС, ми спиралися на пропозиції Б.І. Холода, О.Б. Тарнопольського, С.П. Кожушко, які відмічають, що під час організації навчання англійської мови для ділового спілкування слід враховувати ряд сучасних тенденцій [211]:

1. Моделювання реального процесу здійснення ділової активності англійською мовою через широке використання ділових ігор та виконання навчальних проєктів, або “навчання через роблення” (learning by doing).

2. Переорієнтація з навчання мови та спілкування нею на навчання культури ДС у межах конкретного мовного соціуму зі специфічними особливостями комунікативної поведінки, характерними саме для цього соціуму.
3. Використання інтернет-технологій як засобу отримання нової інформації з автентичних джерел (аудіо- та відеоматеріали, тексти угод, листів тощо).
4. Запровадження змішаного навчання, яке має на увазі поєднання аудиторного та дистанційного навчання, що переносить акценти на самостійну роботу студентів.
5. Створення системи тестування та оцінювання, яка б відображала реальні потреби фахівців в англійській діловій комунікації тощо.

Іншим важливим аспектом вважаємо створення сприятливих умов для співробітництва викладача і студентів, інтеграції спільних зусиль у викладанні та вивченні іноземної мови, що забезпечуватиме як розвиток особистості студента, так і підвищення професійного рівня викладача.

Отже, організовуючи іншомовну професійно-орієнтовану підготовку майбутніх економістів, вкрай важливо спрямовувати зусилля на розвиток ранньої професіоналізації особистості студента. Слід пам'ятати й про таку вимогу до іншомовної підготовки, як комунікативність навчального процесу [66, с. 105], що висуває необхідність відмови від недостатньо інтенсивних аудиторних занять, під час яких мовленнєва практика кожного студента у групі явно обмежена [139, с. 109], застосовуючи такі форми комунікативних завдань, як конференція, рольові ігри, дискусії, що є внутрішньо та зовнішньо мотивованими [181, с. 184].

Спираючись на позицію К.С. Матвєєвої [113, с. 153], зазначимо, що, на нашу думку, ефективність здійснення ПДС у майбутній професійній діяльності буде симетричною рівню сформованості ПДКК студента. За даною логікою, успішність іншомовної підготовки залежатиме не тільки від професіоналізму викладача як філолога, педагога, а й від його обізнаності з широкого ряду питань сучасної економіки, здатності забезпечити інтегрування іноземної мови у фахову діяльність студентів [37, с. 180].

Зважаючи на вищезазначене, до особливостей організації іншомовної професійно-орієнтованої підготовки майбутніх економістів ми відносимо такі:

- урахування зв'язків іноземної мови з фаховими економічними дисциплінами з метою набуття інтегрованих знань, тобто професійних знань та здатності оперувати ними засобами іноземної мови, застосовуючи основні види ІМД;
- ситуативність, комунікативність, інтерактивність навчального процесу, спрямована на розвиток здатності до таких видів ІПДС, як доповідь, розпорядження, ділова нарада, дискусія, переговори, інтерв'ю, телефонна розмова, ділове листування тощо, що у мовному плані забезпечується іншомовною економічною термінологією, лінгвістичними особливостями ІПДС, вживанням типових формул звертання, запитання, прохання, згоди, заперечення, вибачення тощо;
- варіативність змістового та тематичного наповнення, що обумовлюється швидкими змінами у сучасній світовій економіці, використання відповідних автентичних навчальних матеріалів;
- обізнаність викладача іноземної мови з широкого ряду економічних питань.

Отже, на сучасному етапі іншомовна професійно-орієнтована підготовка студентів не може розглядатися поза компетентнісного підходу до її організації, що дало нам змогу дійти висновку, що навчання майбутніх економістів ІПДС є комплексним процесом, спрямованим на формування ІПДКК, який характеризується зміцненням професійних знань, професіоналізацією особистості студента, підвищенням самостійності, зацікавленості та навчальної активності [158].

Висновки до першого розділу

Існує чимало поглядів на феномен спілкування, яке можна розуміти складною міжособистісною взаємодією людей, під час якої відбувається обмін інформацією, взаємовплив, взаємовідносини з метою досягнення широкого кола життєвих цілей.

Підкреслюючи професійний характер спілкування економістів, у дослідженні обґрунтовано, що поняття “ділове спілкування економістів” доцільно конкретизувати як “професійно-ділове спілкування економістів”, що є складною міжособистісною взаємодією у межах професійної діяльності економістів, яка

вимагає від суб'єктів спілкування активного прояву власних професійних знань, якостей та здійснюється з метою налагодження ефективного співробітництва задля вирішення робочих завдань, досягнення запланованих результатів; відбувається у специфічному інтеграційному професійно-діловому середовищі, яке є сукупністю взаємодіючих варіативних факторів процесу спілкування, обумовлених його об'єктивними умовами та індивідуальними якостями суб'єктів спілкування, які вступають у взаємовплив у кожній конкретній ситуації.

Іншомовне професійно-ділове спілкування економістів визначено складним процесом міжособистісної професійно-ділової взаємодії, що здійснюється іноземною мовою та вимагає від сторін спілкування активного прояву власних професійних знань та якостей з метою встановлення ділових контактів, налагодження ефективного співробітництва для вирішення широкого ряду завдань у межах професійної діяльності економістів.

Обґрунтовано, що організація навчання майбутніх економістів ІПДС має здійснюватися на засадах компетентнісного підходу та спрямовуватися на формування ІПДКК як основи здатності до ІПДС та відіграє важливу роль у розвитку загальної професійної компетентності економіста. ІПДКК розглядається нами інтегрованою характеристикою особистості економіста, особистісний феномен, що являє собою сукупність взаємопов'язаних компонентів (комунікативних компетенцій) та виявляє здатність повною мірою реалізовувати міжособистісне й міжкультурне ІПДС з метою вирішення професійних завдань; містить такі компоненти – комунікативні компетенції: лінгвістично-мовленнєву (володіння мовою як системою правил та здатність практично її використовувати у процесі говоріння, аудіювання, читання і письма), професійно-предметну (забезпечує здатність виявляти власну обізнаність з питань професії, спілкуючись іноземною мовою), ділову соціокультурну (відповідає за соціокультурний аспект ділових стосунків), інтеракційну (компетенція міжособистісної взаємодії), які є взаємопов'язаними та мають формуватися нерозривно одна від одної.

Визначено важливу роль культури ІПДС як спроможності фахівців здійснювати ІПДС за правилами ділового етикету, дотримання культури мовлення

та культури поведінки у діловому світі, що передбачає прояв ввічливості, поваги, стриманості при спілкуванні, урахування індивідуальних та національно-культурних особливостей співрозмовника-іноземця у різних ситуаціях спілкування.

Іншомовна професійно-орієнтована підготовка майбутніх економістів є комплексним процесом, спрямованим на формування ПДКК, що характеризується зміцненням професійних знань, професіоналізацією особистості студента, підвищенням самостійності, зацікавленості, навчальної активності; має такі організаційні особливості: урахування зв'язків іноземної мови з фаховими економічними дисциплінами з метою набуття інтегрованих знань, тобто професійних знань та здатності оперувати ними засобами іноземної мови, застосовуючи основні види ІМД; ситуативність, комунікативність, інтерактивність навчального процесу, спрямована на розвиток здатності до таких видів ПДС, як доповідь, розпорядження, ділова нарада, дискусія, переговори, інтерв'ю, телефонна розмова, ділове листування тощо, що у мовному плані забезпечується іншомовною економічною термінологією, лінгвістичними особливостями ПДС, вживанням типових формул звертання, запитання, прохання, згоди, заперечення, вибачення тощо; варіативність змістового та тематичного наповнення відповідно до швидких змін у сучасній світовій економіці, використання відповідних автентичних навчальних матеріалів; обізнаність викладача іноземної мови з широкого ряду економічних питань.

Положення першого розділу дисертації висвітлено у публікаціях: [158; 159; 161; 165; 167; 169].

РОЗДІЛ 2

МОДЕЛЬ ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОГО ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ У МАЙБУТНІХ ЕКОНОМІСТІВ У ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ПРОФЕСІЙНО- ОРІЄНТОВАНИХ ДИСЦИПЛІН

2.1. Методичні засади формування іншомовного ділового спілкування у майбутніх економістів у процесі вивчення професійно-орієнтованих дисциплін

Організація процесу навчання майбутніх економістів ІПДС потребує розробки відповідної моделі, яка відобразить методичні засади його реалізації. У нашому дослідженні ми спираємося на наукову позицію В.В. Корнешук, яка визначає методіку як впорядковану сукупність спеціальних педагогічних прийомів, впровадження яких у процес професійної підготовки майбутніх фахівців або вивчення окремих дисциплін забезпечує досягнення бажаного результату такої підготовки (наприклад, формування конкретних професійно значущих якостей) [92, с. 133]. Оскільки особистісним підґрунтям, основою для здійснення ІПДС виступає сформованість ІПДКК, що було з'ясовано у першому розділі дисертації, то організацію такого навчання потрібно здійснювати на таких методичних засадах, які усебічно сприятимуть формуванню даного феномена [156].

Довідкова література визначає *модель* (лат. *modulus* — міра, франц. — *modèle* — зразок) як аналог (схему, структуру, знакову систему) певного фрагменту природної чи соціальної реальності, витвору людської культури, концептуально-теоретичного утворення – оригіналу моделі. Цей аналог слугує для зберігання та розширення знань (інформації) про оригінал, конструювання оригіналу, перетворення або управління ним [210, с. 381], відображуючи в більш простому, зменшеному виді структуру, властивості, взаємозв'язки й відносини між елементами досліджуваного об'єкта або процесу і тим самим полегшуючи процес одержання інформації про нього [89, с. 70].

У психолого-педагогічних дослідженнях метод моделювання розглядається способом організації того чи іншого типу людської діяльності шляхом штучного

конструювання середовища цієї діяльності [138, с. 69], а *модель* розуміється комплексною інтегративною схемою, що включає в себе впорядкований алгоритм педагогічних дій, які забезпечують досягнення педагогічних інтенцій [16, с. 8].

Отже, модель найчастіше розуміється як зразок, аналог, логічна конструкція, схема, яка відображає певний об'єкт чи поняття в деякій абстрактній формі, що є зручною для наукового пізнання [209, с. 3; 197, с. 10].

Ми розуміємо *модель* як “уявлення, що відбиває, дублює чи імітує, певним чином ілюструє зразок відносин і всього того, що з ними пов'язане, які знаходяться у взаємозв'язку, взаємозалежності і взаємозумовленості” [221, с. 172]. Наша модель фіксує проєктований процес навчання ІПДС, основою якого виступає сформованість ІПДКК студентів економічних спеціальностей, ілюструючи даний процес таким, яким він має бути за нашим уявленням.

Нагадаємо, що навчання іноземних мов визначається як система, функціонування якої обумовлюється такими чинниками, як: характер соціального замовлення на сучасному етапі розвитку суспільства, цілі навчання та виховання, принципи і зміст навчання іноземної мови й ін. [115, с. 37].

Спираючись на наукові доробки Н.І. Гез, ми розглядаємо навчальний процес у ВНЗ як систему, основними компонентами якої є: навчаюча діяльність викладача; організація навчання; навчальна діяльність студентів (рис. 2.1.).



Рис. 2.1. Компоненти навчального процесу.

Як постає зі схеми, рушійними силами навчального процесу є суб'єктивні й об'єктивні фактори. До суб'єктивних факторів слід віднести навчаючу діяльність викладача та навчальну діяльність студентів. Під “організацією” у широкому розумінні маються на увазі такі об'єктивні фактори: встановлена мета навчання,

його зміст, методи і прийоми, а також засоби навчання [116, с. 6], тобто – методичні засади.

Таким чином, спроектована нами модель відображає таку організацію навчання, яка вдається нам найбільш раціональною для формування ПДКК студентів як основи їх здатності до здійснення ПДС. Модель відображає цільову настанову, етапи педагогічного процесу, взаємодію суб'єктів навчального процесу (викладача та студентів) та охоплює такі блоки (рис. 2.2.):

Цільовий – постановка мети педагогічного експерименту, передбачення очікуваного результату.

Діагностичний – з'ясування сучасного стану проблеми на практиці: виявлення наявного стану сформованості ПДКК у студентів, з'ясування зацікавленості студентів до опанування ПДС.

Організаційний – ґрунтується на таких засадах, як мета, зміст, принципи, методи та прийоми навчання, педагогічні умови та відображає процес формування ПДКК студентів шляхом розкриття відповідної організації навчання з боку викладача та навчальної діяльності студентів .

Контрольно-узагальнюючий – проведення післяекспериментального зрізу із визначення зацікавленості до опанування ПДС, а також підсумкової діагностики набутих рівнів сформованості ПДКК у складі визначених компонентів, моніторинг результатів констатувального та контрольно-узагальнюючого етапів експерименту.

Результатом навчання є сформованість ПДКК майбутніх економістів як основи їх здатності до здійснення ПДС.

Зупинимося на розкритті розробленої моделі більш детально.

Першорядним питанням організації навчання ПДС є **визначення мети навчання**, що дає відповідь на запитання “навіщо навчати?” [115].

При цьому, вивчення іноземної мови у ВНЗ не може бути самоціллю. Воно повинно озброїти майбутнього фахівця широкими можливостями отримання з джерел такої інформації, яку можна використати в інтересах професії [117, с. 6].

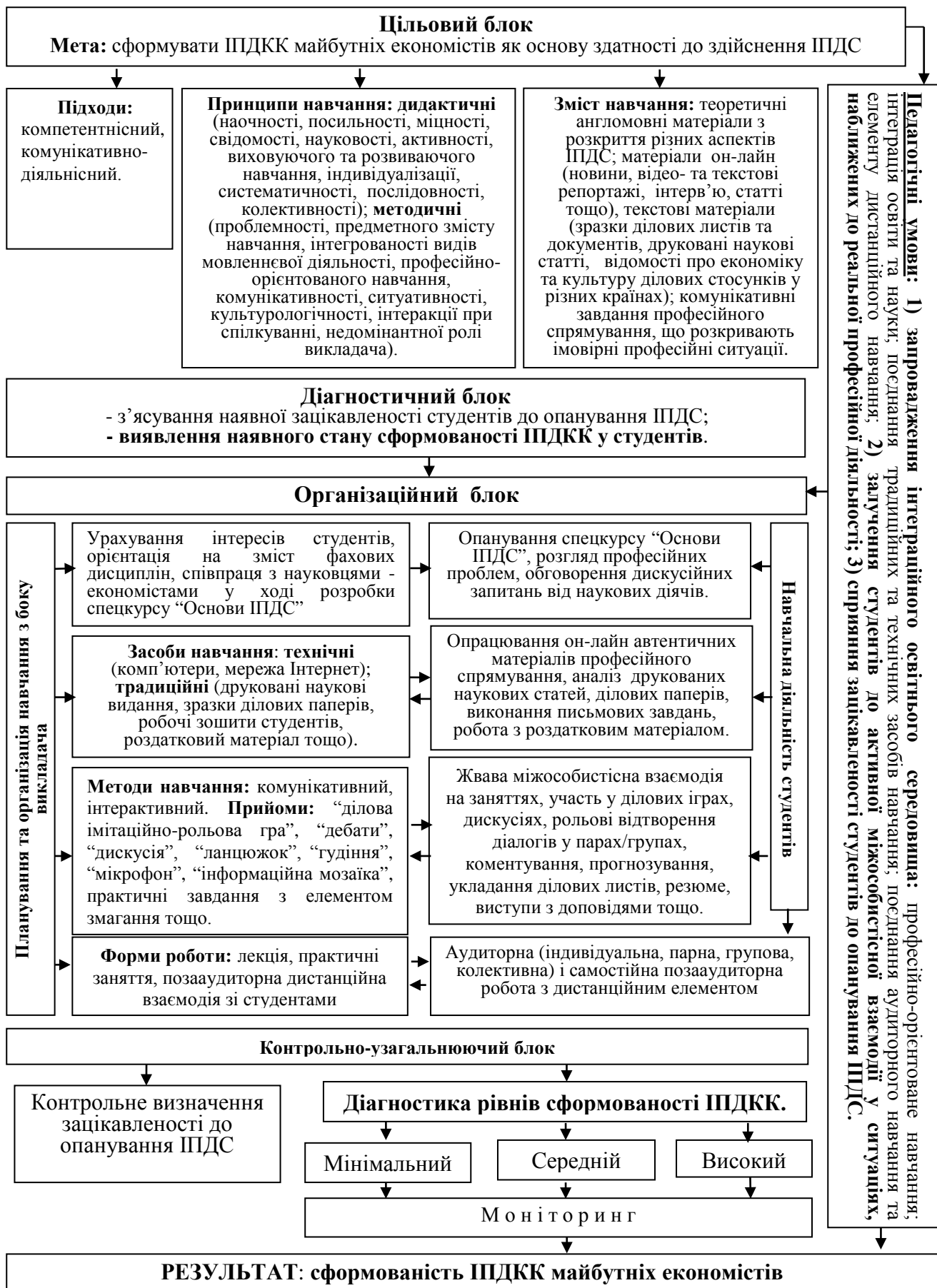


Рис.2.2. Модель формування ПДС у майбутніх економістів у процесі вивчення професійно-орієнтованих дисциплін.

Нагадаємо, що цілі навчання іноземної мови – це заздалегідь запланований результат педагогічної діяльності, який досягається за допомогою змісту, методів, засобів навчання [136, с. 11] тощо.

Так, у методиці викладання мов прийнято, що метою навчання є оволодіння учнями іноземною мовою як засобом спілкування і здійснення в цьому процесі виховання, освіти і розвитку особистості учня [115, с. 40].

Інакше кажучи, провідною метою навчання іноземної мови є комунікативна мета – практичне оволодіння іноземною мовою як засобом усної та писемної комунікації [214, с. 48].

Формування компетентності в іншомовній комунікації почало висуватися як мета навчання починаючи з останньої чверті минулого сторіччя, та, за прогнозами науковців, імовірно залишиться у вітчизняній та зарубіжній методиці і надалі як “найбільш науково правильне формулювання” [203, с. 24]. Дана мета пропонується й у Загальноєвропейських рекомендаціях з мовної освіти [64, с. 9].

Визначаючи мету навчання ІПДС, ми спиралися на відповідне формулювання, запропоноване О.Б. Тарнопольським та С.П. Кожушко: “Метою навчання ділової англійської мови у ВНЗ або на факультеті економічного профілю є формування у студентів широкої... професійно-орієнтованої компетенції у говорінні, аудіюванні, читанні та письмі в області ділового спілкування, яка дає змогу як забезпечувати комунікацію за всіма загальними питаннями ділової активності, так і (згодом) спеціалізувати та поглиблювати володіння діловою мовою шляхом цілеспрямованого доучування” [203, с. 39].

Таким чином, ми вважаємо, що головною метою навчання ІПДС виступає формування у студентів економічного профілю іншомовної професійно-ділової комунікативної компетентності, яка є основою здатності майбутнього фахівця економіки до здійснення ІПДС; має формуватися у сукупності компонентів (комунікативних компетенцій): лінгвістичної, ділової соціокультурної, професійно-предметної та інтеракційної [155]. На нашу думку, формування ІПДКК як провідна мета навчання є метою інтегрованою, яка забезпечує реалізацію комплексу інших цілей навчання у процесі взаємопов’язаного формування її компонентів

(комунікативних компетенцій); серед цих цілей ми, спираючись на наукові праці С.Ю. Ніколаєвої [115, с. 40-42; 136, с. 11-17], виокремлюємо такі:

- **практична мета** полягає у тому, що в процесі формування ПДКК у студентів розвивається здатність до застосування системи мови на практиці, у процесі комунікації; відбувається опанування вміннями у чотирьох видах ІМД: аудіюванні, говорінні, читанні, письмі. Формуються вміння здійснювати усне та писемне ПДС у типових ситуаціях трудової сфери спілкування;

- **виховна мета** реалізується через систему особистісного ставлення до нової ділової культури у процесі оволодіння цією культурою. Передбачається виховання у студентів: культури спілкування, прийнятої в сучасному діловому світі; позитивного ставлення до ділової англійської мови, яка є мовою міжнародного ділового співробітництва; розуміння важливості оволодіння іноземною мовою і потреби користуватися нею як засобом спілкування у майбутній професійній діяльності; розвиток таких рис характеру, як професійна активність, працьовитість, колективізм, повага до інших тощо;

- **освітня мета** досягається шляхом освіти студентів засобами професійно-орієнтованого навчання, що передбачає: усвідомлення іншомовної системи понять, через яку може сприйматися дійсність; порівняння явищ іноземної мови з рідною мовою; залучення до діалогу культур (іншомовної та рідної); уміння працювати з посібниками, довідковою літературою, науковими виданнями тощо;

- **розвиваюча мета** передбачає розвиток у студентів досвіду проблемно-пошукової діяльності; здібності логічного викладення думок; розвиток інтелектуальних здібностей (пам'яті, уваги, уяви); здатності до самоосвіти.

- **професійно-орієнтована мета** передбачає розвиток та професіоналізацію особистості студента, формування професійного мислення та світогляду, набуття здатності розуміти та оперувати професійною іншомовною термінологією у процесі ПДС, здатність виявляти власні знання професії, спілкуючись іноземною мовою.

Таким чином, ми доходимо висновку, що провідною метою процесу навчання майбутніх економістів ПДС під час здобуття ними вищої професійної освіти виступає формування в них ПДКК, у процесі набуття якої здійснюється освіта,

виховання, розвиток та професіоналізація особистості студента, відбувається формування професійно важливих якостей.

Дотримання встановленої мети навчання забезпечує досягнення **результату навчання – сформованості ІПДКК у студентів економічних спеціальностей як основи їх здатності до здійснення ІПДС.**

Формулювання мети дозволяє нам безпосередньо наблизитися до вирішення проблеми **змісту** навчання, адже відомо, що мета і зміст навчання складають певну єдність, причому зміст навчання як би наповнює втілений у матеріальну форму очікуваний результат навчання (мету) і являє собою ту частину соціального досвіду, від передачі якого залежить досягнення мети навчання [122, с. 34].

Так, проблему **змісту навчання іноземних мов**, або “чого навчати?” [115, с. 42; 122, с. 40] вирішували І.Є. Аничков, І.Л. Бім, Н.І. Гез, І.О. Грузинська, Р.Ю. Мартинова, С.Ю. Ніколаєва, Г.В. Рогова, О.М. Соловова, С.Ф. Шатилов й ін.; у контексті іншомовної підготовки майбутніх фахівців у ВНЗ зміст навчання визначали Л.Є. Алексеева, Г.Є. Бакаєва, Д.В. Бубнова, І.А. Вереїтіна, Т.О. Дмитренко, Ю.О. Жлуктенко, Н.П. Жовтюк, Т.В. Караєва, О.М. Метьолкіна, С.П. Кожушко, Ю.О. Ніколаєнко, О.Б. Тарнопольський, Н.А. Сура й ін.

Проте, на сьогоднішній час немає єдиної думки щодо змісту навчання – “категорії, яка педагогічно інтерпретує мету навчання” [42, с. 123] та є “сукупністю того, що учень має засвоїти у процесі навчання” [4, с. 12].

Так, І.О. Грузинська, вказувала, що слід навчати мовних знань та навиків: трьох видів мовних знань (фонетика й орфографія; граматики; словник), та трьох видів мовної діяльності (мовлення, читання, письмо). Усі види мовної діяльності, зауважила вчена, перетинаються в єдиному процесі на основі єдиного мовного матеріалу, у якому у свою чергу є тісно сплетеними словарний, граматичний та фонетичний аспекти мови [50, с. 67-70].

І.Є. Аничков, В.Н. Саакянц зміст навчання визначають як взаємопов’язане формування **теоретичних знань** іноземної мови – **theoretical knowledge** (знання фонетики та граматики, правил читання та написання, а також добірки англійських слів та фраз – “лексичного мінімуму”) та **здатності їх застосування** шляхом

розвитку **умінь (skills)** та **навичок (habits)**. Зазначимо, що останні два терміни науковці визначають наступним чином: “**Habits** are series of connected acts which have become automatic or semi-automatic as the result of repetitions. **Skills** are combinations of specific useful habits, serving a definite purpose and requiring the application of definite **knowledge**” [10, с. 29 – 31].

Г.В. Рогова визначає зміст як сукупність: (1) мовних умінь: слухання, говоріння, читання та письмо; (2) мовний (текстовий) матеріал, поділений за різними темами у межах шкільної програми; (3) лінгвістичний матеріал (фонетичний, лексичний, граматичний мінімуми) [178, с. 39 – 41].

О.М. Соловова, спираючись на подальші дослідження наукової школи Г.В.Рогової, виокремлює три головні компоненти змісту: **лінгвістичний** (відбір мовного (лексичного, граматичного, фонетичного) матеріалу; мовленнєвого матеріалу (мовленнєві ситуації); соціокультурного); **психологічний** (визначає навички та вміння (мовні, мовленнєві, соціокультурні), які мають бути сформованими на певному етапі навчання у певних умовах для забезпечення учням здатності користуватися іноземною мовою при спілкуванні); **методичний** (пов’язаний з оволодінням учнями за допомогою вчителя прийомами навчання, пізнанням нового для них предмету, розвитком самостійної праці, самоконтролю та самокорекції у навчальній діяльності) [179, с. 36 – 39; 187, с. 16 – 28].

С.Ф. Шатилов зазначає, що до змісту навчання, окрім лінгвістичного матеріалу, знання правил оперування ним, навичок та умінь здійснення видів мовленнєвої діяльності та зв’язного мовленнєвого матеріалу (текстів), слід додати розвиток творчих здібностей, оцінювально-емоційне ставлення до дійсності, мотиви діяльності, естетичне та етичне виховання [214, с. 50 – 52].

Н.Д. Гальскова та Н.І. Гез, висуваючи позицію, що прослідковується й у С.Ф. Шатилова, зауважують, що окрім знань, умінь та навиків до складу змісту навчання входить досвід емоційно-оцінного ставлення учня, тобто його почуття, емоції, психічні процеси, які протікають у його свідомості у процесі пізнання чужої лінгвокультури [42, с. 123]. У змісті навчання вчені виділяють **змістовий** та **процесуальний аспекти**, відносячи до першого сфери спілкування, ситуації; теми,

тексти; країнознавчі та лінгвокраїнознавчі знання; мовний матеріал (фонетичний, лексичний, граматичний, орфографічний). До другого – навички оперування мовним матеріалом; уміння читати, говорити, аудіювати, писати, перекладати; компенсаторні вміння [42, с. 124].

Р.К. Міньяр-Белоручев зазначає, що зміст навчання у цілому складається з двох головних компонентів: знань, з одного боку, навичок та вмінь – з іншого. Знання містять: **мовний матеріал** (фонетичний, лексичний та граматичний матеріал); **способи та прийоми іншомовної мовленнєвої діяльності** (включають знання граматичних правил, правил словотворення, правил використання слів у залежності від жанру мовлення, ситуаційні кліше); **лексичний фон** (знання допоміжної інформації, яка пов'язана та асоціюється з певним словом у рідній та іноземній мові); **національна культура; тематичний матеріал. Мовленнєві навички** (вимовні, інтонаційні, графічні, орфографічні, лексичні, граматичні) вчений визначає як здатність автоматизовано виконувати мовленнєві дії, а **мовленнєві вміння** (уміння аудіювання, говоріння, читання та письма) – як здатність керувати мовленнєвими навичками для вирішення завдань, які виникають у ході мовленнєвої діяльності [122, с. 40 - 51].

Р.Ю. Мартинова розглядає зміст навчання як сукупність відповідних компонентів: від відібраного для навчання мовного матеріалу та знання його – до мовленнєвого матеріалу, тобто мовленнєві зразки монологічних та діалогічних висловлювань, а також тексти різних функціональних стилів. Важливу роль відіграють мовленнєві вміння говоріння, аудіювання, читання і письма. При цьому, ми погоджуємося з вченою, що не потрібно розмежовувати дані вміння та встановлювати послідовності в їх розвитку, оскільки взаємопов'язане навчання даних видів ІМД є найбільш раціональним [111, с. 7 – 10].

Однак, у ході подальших наукових розвідок позиція вченої дещо змінилася на користь такої ієрархії компонентів змісту навчання, найвищі “сходи” у якій займають: мовленнєві вміння говоріння, аудіювання, читання та письма; інтегровані вміння – здатність учнів одночасно брати участь у двох видах діяльності, з яких одна є основною, а інша – другорядною; мовленнєвий матеріал соціально-

побутового та країнознавчого характеру, вміщений у підручниках та інтегрованих курсах, а також у власному усному та письмовому мовленні учнів [112, с. 136 – 159].

С.Ю. Ніколаєва, О.Б. Бігіч, Н.О. Бражник, С.В. Гапонова й ін. до складу змісту навчання відносять: сфери спілкування, теми, комунікативно-мовленнєві ситуації; мовний, мовленнєвий, країнознавчий та лінгвокраїнознавчий навчальний матеріал; знання, навички та вміння мовлення [115, с. 42 – 48].

І.Л. Бім визначає дидактичну категорію “зміст навчання” як складну діалектичну єдність, яка складається із (1) взаємодії певним чином організованого навчального матеріалу, що має освітню, виховну та практичну цінність (зміст навчального предмету) та (2) процесу навчання його – педагогічного процесу, тобто діяльності учня упродовж певного часу по засвоєнню певним чином організованого матеріалу та діяльності вчителя по керуванню нею, тобто процес їх взаємодії, яка у значній мірі потенційно обумовлюється самою організацією матеріалу і найбільш безпосередньо – системою вправ [18, с. 180 – 225].

Аналіз вищезазначених наукових джерел засвідчує, що науковці найчастіше відносять до цієї категорії теоретичний мовний матеріал та знання його; мовленнєві навички (фонетичні, граматичні, лексичні) та вміння у чотирьох видах іншомовної мовленнєвої діяльності (аудіюванні, говорінні, читанні та письмі); вправи, теми та ситуації спілкування.

Однак, зміст іншомовної підготовки у вищій школі має певні особливості, зумовлені, насамперед, професійною спрямованістю, яка у цілому полягає у тому, щоб: забезпечити володіння ІМД з урахуванням професійного інтересу студентів та вдосконалювати знання, уміння та навички, необхідні для обраної професії [21, с. 78]; забезпечити викладання мови як засобу спілкування між фахівцями, формувати навички ділового спілкування, максимально розвивати комунікативні здібності студентів, ознайомлювати з соціокультурною картиною світу іноземної мови [4, с. 6 – 7]; забезпечити володіння нормами соціально-культурної поведінки, вміннями правильно ставитися до партнера по спілкуванню та з повагою відноситися до іншої культури [53, с. 10 – 11] тощо.

Зміст іншомовної підготовки має розвивати здатність вирішувати професійні завдання, розвивати професійне мислення і свідомість майбутніх фахівців [32, с. 245], а для успішної роботи студентів над матеріалами за спеціальністю сам викладач іноземної мови повинен певною мірою володіти її предметним змістом та іноземною літературою у даній предметній області [86, с. 168].

Так, Н.А. Сура до змісту навчання студентів університету іншомовного професійно орієнтованого спілкування відносить: конкретні сфери, ситуації й теми спілкування; мовний, мовленнєвий, країнознавчий та лінгвокраїнознавчий навчальний матеріал; іншомовні знання, навички й уміння мовленнєвого спілкування, комунікативні й інтелектуальні вміння [200, с. 6].

Д.В. Бубнова, досліджуючи проблему навчання ділового спілкування англійською мовою студентів старших курсів ВНЗ технічного профілю, переважну роль у змісті навчання надає відбору ряду типових комунікативних ситуацій, які відображають реальні ситуації у майбутній професійній діяльності [25, с. 7].

І.А. Вереїтіна до змісту навчання майбутніх екологів професійно-орієнтованого спілкування англійською мовою включає: знання лексичного матеріалу за відповідними темами і навички його вживання; навчальні (адаптовані) та автентичні професійні тексти; мовленнєві вміння використання англійської мови як засобу спілкування у професійно-виробничих умовах [29, с. 25 – 27].

Ю.О. Ніколаєнко до змісту підготовки студентів аграрних спеціальностей до професійного спілкування в іншомовному середовищі відносить: теми та ситуації спілкування; тексти; знання, уміння та навички. На думку дослідниці, зміст має включати також професійну підготовку аграрія, іншомовну підготовку та комунікативну компетенцію [137, с. 12].

Н.П. Жовтук вважає, що у змісті іншомовного професійно спрямованого мовлення студентів-медиків доцільно виокремлювати предметний і процесуальний компоненти. До предметного компонента відносяться сфери спілкування, теми, ситуації, мовний матеріал, мовленнєвий матеріал, мовні та лінгвосоціокультурні знання, до процесуального – навички оперування мовленнєвим матеріалом, мовленнєві, соціокультурні та навчальні вміння [60, с. 173].

О.М. Метьолкіна [121] складниками змісту професійно орієнтованого навчання англomовного діалогічного мовлення студентів-митників вважає: сфери спілкування, передусім професійна сфера; теми спілкування, зокрема тема "At the Customs"; ситуації спілкування (контактні, інформаційні та регулятивні); комунікативні наміри, зокрема наміри контакту, інформування та регуляції; професійні (митник) й соціальні (особа, яка підлягає контролю) ролі; мовний і мовленнєвий матеріал – зразки фахових діалогів; мовленнєві навички й уміння діалогічного мовлення (тобто вдало реагувати на репліку співрозмовника, чітко визначати своє мовленнєве завдання, планувати хід розмови, спонтанно перебудовувати висловлювання в процесі спілкування, брати ініціативу тощо); соціокультурні знання, практичні та інтеркультурні навички й уміння; навчальні вміння – організаційні, інтелектуальні, інформаційні, комунікативні, раціональні прийоми діяльності учіння; фахові знання, навички й уміння.

О.М. Гавриленко до змістового компонента формування іншомовного ділового спілкування студентів економічних спеціальностей відносить визначення лексико-граматичного мовного поля, підготовку методичного забезпечення, а також розробку відповідних тем, наприклад: управління підприємством, що таке управління, макро- та мікроекономіка підприємства, компанія в якій ви працюєте, структура компанії, види ділової діяльності, назви посад і функції персоналу, маркетинг, фази розробки нової продукції, життєвий цикл продукту, канали розподілу, типи поведінки покупця, реклама в сучасному маркетингу, постановка цілей та планування, стратегії маркетингу, дослідження ринку [37, с. 179].

Однак, Програма з англійської мови для професійного спілкування засвідчує, що уніфікованого змісту курсу цієї дисципліни не існує, що пояснюється різноманітністю потреб студентів [171, с. 8]. Саме тому студенти ВНЗ, не маючи чіткого уявлення про навички та вміння майбутньої професійної діяльності, мають покладатися на викладача у відборі навчальних матеріалів, професійних тем, лексики, а також тих чи інших навичок спілкування [4, с. 14].

Як бачимо, проблема змісту іншомовної підготовки студентів економічних спеціальностей потребує подальшого розгляду.

Оскільки ми розглядаємо проблему навчання ІПДС з позицій компетентнісного підходу, а також враховуючи, що основою здатності до ІПДС є сформованість ІПДКК майбутніх економістів, що відображено у встановленій нами меті навчання, ми виходимо з позиції, що зміст навчання майбутніх економістів ІПДС має містити передусім навчальні матеріали, спрямовані на формування у студентів сукупності компонентів ІПДКК: лінгвістичної, ділової соціокультурної, професійно-предметної та інтеракційної компетенцій. Його неможливо розглядати у відриві від змісту професійних дисциплін. Нагадаємо, що навчальна дисципліна – педагогічно адаптована система понять про явища, закономірності, закони, теорії, методи будь-якої галузі діяльності (або сукупності різних галузей діяльності) із визначенням потрібного рівня сформованості у тих, хто навчається, певної сукупності вмінь і навичок [201, с. 65].

Розглянемо професійну підготовку студентів економічних спеціальностей на прикладі Інституту бізнесу, економіки та інформаційних технологій Одеського національного політехнічного університету.

Так, згідно з Робочим навчальним планом підготовка студентів 2 курсу спеціальності “Економіка підприємства” включає такі дисципліни [177]: “Філософія”, “Українська мова (за професійним спрямуванням)”, “Іноземна мова (за професійним спрямуванням)”, “Мікроекономіка”, “Математика для економістів”, “Гроші і кредит”, “Регіональна і національна економіка”, “Основи соціальних наук”, “Психологія”, “Релігієзнавство”, “Використання комп’ютерних технологій в економічних розрахунках”, “Страховання та державне регулювання страхової діяльності”, “Ризикологія”, “Корпоративна культура управління”, “Економіка підприємства”, “Фінанси”, “Економіка праці та соціально-трудова відносини”, “Статистика”, “Фізичне виховання”.

Серед них професійну підготовку (ПП), а також фундаментальну, природничо-наукову та загальноекономічну підготовку (ФПНЗЕ) студентів забезпечують такі дисципліни: “Мікроекономіка”, “Математика для економістів”, “Економіка праці та соціально-трудова відносини”, “Регіональна і національна економіка”, “Використання комп’ютерних технологій в економічних розрахунках”,

“Страхування та державне регулювання страхової діяльності”, “Ризикологія”, “Економіка підприємства”, “Гроші і кредит”, “Фінанси”.

Підготовка студентів 2 курсу спеціальності “Менеджмент” охоплює дисципліни [175]: “Філософія”, “Українська мова (за професійним спрямуванням)”, “Іноземна мова (за професійним спрямуванням)”, “Політологія”, “Статистика”, “Основи економічної теорії”, “Макроекономіка”, “Мікроекономіка”, “Державне та регіональне управління”, “Правознавство”, “Адміністративне право”, “Фінанси, гроші та кредит”, “Міжнародні економічні відносини”, “Організація підприємницької діяльності в виробничій сфері”, “Релігієзнавство”, “Фізичне виховання”.

Серед них професійну підготовку, а також фундаментальну, природничо-наукову та загальноекономічну підготовку студентів забезпечують такі дисципліни, як “Мікроекономіка”, “Макроекономіка”, “Основи економічної теорії”, “Державне та регіональне управління”, “Фінанси, гроші та кредит”, “Міжнародні економічні відносини”, “Організація підприємницької діяльності в виробничій сфері”, “Адміністративне право”, “Правознавство”.

Робочий навчальний план для спеціальності “Маркетинг” 2 курсу передбачає дисципліни [176]: “Філософія”, “Українська мова (за професійним спрямуванням)”, “Іноземна мова (за професійним спрямуванням)”, “Мікроекономіка”, “Математика для економістів”, “Теорія ймовірності та математична статистика”, “Фінанси та кредит”, “Регіональна економіка”, “Основи соціальних наук”, “Психологія”, “Інвестування”, “Паблік рилейшенз та виставкова діяльність”, “Використання комп’ютерних технологій в економічних розрахунках”, “Економіко-математичні методи і моделі”, “Оптимізаційні методи і моделі”, “Маркетинг”, “Економіка підприємства”, “Економіка праці та соціально-трудова відносини”, “Статистика”, “Фізичне виховання”.

Серед них професійну підготовку, а також фундаментальну, природничо-наукову та загальноекономічну підготовку студентів забезпечують такі дисципліни, як “Мікроекономіка”, “Математика для економістів”, “Теорія ймовірності та математична статистика”, “Фінанси та кредит”, “Регіональна економіка”,

“Інвестування”, “Паблік рилейшенз та виставкова діяльність”, “Економіка підприємства”, “Економіко-математичні методи і моделі”, “Оптимізаційні методи і моделі”, “Маркетинг”, “Використання комп’ютерних технологій в економічних розрахунках”.

Так, навчальна дисципліна **“Адміністративне право”** вивчає системи норм адміністративного права та узагальнення змін практичної діяльності органів держави у цій галузі знань. У межах дисципліни вивчаються питання: історії виникнення та становлення адміністративного права; концептуальних засад функціонування та встановлення адміністративних норм та відносин; управління як об’єкта адміністративно-правового регулювання; суб’єктів адміністративного права; функціонування юридичних актів. Вивчення дисципліни сприятиме формуванню у студентів теоретичних і практичних правових знань, правової професійної культури, вміння аналізувати ситуацію і приймати обґрунтовані рішення.

Метою дисципліни **“Використання комп’ютерних технологій в економічних розрахунках”** є формування знань про принципи застосування сучасних комп’ютерних технологій у професійній діяльності з використанням економічних даних. Дисципліна розкриває теоретичні основи економічної інформатики, застосування Інтернету в економіці, основи автоматизації виконання економічних розрахунків та аналізу даних, основи пошуку та передачі інформації засобами мережевих технологій тощо.

“Державне та регіональне управління” вивчає методи і засоби державного впливу на економічний і соціальний розвиток країни. Метою викладання дисципліни є формування у студентів системи знань з методології та організаційних основ державного регулювання економіки. Дисципліна розглядає проблеми управління на державному та регіональному рівнях, державного регулювання цін та інфляції, питання регіональної економічної політики, соціальної політики держави, державного регулювання природоохоронної діяльності тощо.

Вивчення дисципліни **“Економіка підприємства”** надає комплекс знань про підприємство як суб’єкт та об’єкт ринкових відносин, планування виробничої діяльності підприємства та обсягів збуту продукції, поточні витрати та собівартість

продукції, ресурсний потенціал підприємства, його матеріально-технічне забезпечення та виробничу потужність, трудові ресурси та стимулювання праці робітників, фінансові результати діяльності підприємства, його ефективність та конкурентоспроможність. Дисципліна спрямована на формування здатності самостійно мислити, приймати управлінські рішення, виконувати комплексні економічні розрахунки для ефективного здійснення господарської діяльності підприємства.

Дисципліна **“Економіка праці та соціально-трудова відносини”** забезпечує формування теоретичних і практичних знань щодо функціонування, розвитку та регулювання соціально-трудова відносин у суспільстві. Дисципліна вивчає трудові ресурси і трудовий потенціал суспільства, соціально-трудова відносини як систему, соціальне партнерство, ринок праці та його регулювання, організацію і нормування праці, її продуктивність і ефективність, політику доходів і оплати праці, планування праці, аналіз, звітність і аудит у сфері праці, інструменти регулювання й удосконалення соціально-трудова відносин.

Дисципліна **“Економіко-математичні методи і моделі”** вивчає методологію та інструментарій економіко-математичного моделювання та аналізу економічних об'єктів, процесів, явищ, тенденцій та причинно-наслідкових зв'язків в економіці. Дисципліна формує знання щодо методології, інструментарію побудови та адекватного використання різних типів економіко-математичних моделей та методів з метою широкого використання в економіці та підприємстві та прийняття оптимальних рішень в умовах ринкової економіки.

Дисципліна **“Інвестування”** надає студентам знання стратегій, організації, інструментів та механізмів інвестиційної діяльності суб'єктів господарювання; формує розуміння впливу інвестиційного процесу на підвищення конкурентоспроможності підприємства, галузі, національної економіки. Дисципліна визначає економічний зміст інвестування, класифікації інвестицій та їх особливості; аналізує специфіку діяльності суб'єктів і інститутів інвестиційного ринку; визначає правове поле інвестиційної діяльності в Україні; здійснює ознайомлення з принципами формування інвестиційної стратегії і тактики інвестора; вивчає методи інвестування в цінні папери, реальні активи; ознайомлює з основними

інвестиційними джерелами та формує навички аналізу їх переваг і недоліків; формує навички оцінювання ефективності вкладання інвестиційного капіталу.

Дисципліна **“Макроекономіка”** надає студентам теоретичні знання та практичні навички з питань механізму функціонування та розвитку національної економіки. Дисципліна вивчає історію розвитку макроекономічної науки та її сучасний стан, місце макроекономіки в системі наук. Розглядає питання макроекономічних показників в системі національних рахунків, вивчає сукупний попит та сукупну пропозицію, національний ринок та його рівновагу, макроекономічну нестабільність та циклічність економічного розвитку, інфляцію та безробіття як фактори порушення макроекономічної рівноваги, типи та джерела економічного зростання, вимір економічного зростання та його темпів, межі економічного зростання та його державне регулювання. Досліджує роль держави в системі макроекономічного регулювання, проблеми балансування державного бюджету, показники відкритості національної економіки тощо.

Дисципліна **“Маркетинг”** забезпечує засвоєння теоретичних знань стратегій маркетингу, обізнаності з питань організації, планування та реалізації маркетингової діяльності підприємства, організації маркетингового менеджменту, створення маркетингових структур на підприємстві, розробки маркетингових програм та контролю маркетингової діяльності підприємства.

Дисципліна **“Математика для економістів”** вивчає методологію використання вищої математики та теорії ймовірностей в теоретичному та практичному аналізі економічних процесів. У межах дисципліни вивчаються елементи лінійної алгебри і аналітичної геометрії, диференціальне числення функції однієї та багатьох змінних, інтеграли, диференціальні рівняння; основні поняття і теореми теорії ймовірностей, випадкові величини, емпіричні закони розподілу, система випадкових величин.

Дисципліна **“Міжнародні економічні відносини”** досліджує систему зв'язків національних економік різних країн на основі міжнародного поділу праці. Її метою є формування у студентів системи знань про основні форми міжнародних економічних відносин (міжнародну торгівлю, рух капіталів, валютно-фінансові та

кредитні відносини, науково-технологічний обмін, міжнародну міграцію робочої сили тощо), сучасні форми активізації міжнародних економічних відносин (вільні економічні зони, транснаціональні корпорації); визначення місця і ролі України в міжнародних економічних відносинах.

Дисципліна дозволить студентам знати загальні закономірності розвитку міжнародних економічних відносин, форми прояву цих закономірностей у різних секторах і регіонах, інтеграційних об'єднаннях, економічних союзах та окремих країнах; основні механізми регулювання і управління розвитком міжнародних економічних відносин на національному та інтернаціональному рівнях; особливості участі України в міжнародних економічних відносинах; розвине вміння аналізувати динамічні якісні зміни у розвитку міжнародних економічних відносин, давати оцінку поточним міжнародним економічним подіям, характеризувати сучасний стан, проблеми та перспективи участі України в міжнародних господарських зв'язках.

“Мікроекономіка” як навчальна дисципліна вивчає процеси, які відбуваються на рівні окремих економічних суб'єктів, визначає мотиви та закономірності їхньої поведінки та форми взаємодії. Предметом мікроекономіки є процеси економічного вибору, що здійснюють суб'єкти господарювання для досягнення своїх цілей в умовах обмежень, які накладаються на їхні можливості. Дисципліна озброює студентів вміннями аналізувати та моделювати поведінку споживача, моделювати ситуації порушення ринкової рівноваги і давати їх характеристику, визначати основні показники, що характеризують ефективність стратегії підприємства у коротко- та довгостроковому періодах, обчислювати витрати виробництва та виконувати економічні обґрунтування вибору мінімально ефективного розміру підприємства та оптимальної потужності діючого підприємства, використовувати правила поведінки фірми в реальній економіці в умовах будь-якої ринкової ситуації.

Вивчення дисципліни **“Організація підприємницької діяльності в виробничій сфері”** забезпечує засвоєння комплексу знань з основ підприємництва, таких, як сучасний стан розвитку підприємництва та його проблеми, види підприємницької діяльності, підприємництво в ринковому середовищі,

організаційно-правові форми підприємництва тощо; формує у студентів підприємницьке мислення.

Курс дисципліни **“Основи економічної теорії”** передбачає вивчення основних закономірностей економічного життя та відображення їх у системі економічних категорій, принципів, законів, моделей. Опанування дисципліни сприяє розумінню студентами сучасної ринкової економіки, позитивних і негативних чинників розвитку національної економіки, а також структури сучасних міжнародних економічних відносин. Дисципліна розглядає такі проблеми, як безмежність потреб і обмеженість ресурсів, доходи населення у ринковій економіці, економічні системи суспільства, сутність, структура та умови функціонування сучасного ринку, конкуренція та її роль в ринковій економіці, підприємництво і підприємство в ринковій економіці, роль держави в ринковій економіці, світове господарство та основні тенденції його розвитку тощо. Мета курсу — сформулювати сучасне економічне мислення, що дасть змогу з нових позицій усвідомити існуючі суперечності життя й використати їх у господарській практиці.

Метою дисципліни **“Паблік рилейшенз та виставкова діяльність”** є розвиток обізнаності студентів з основних засад теорії та практики організації комунікаційних процесів у суспільстві та бізнесі, розвиток знань та умінь організації ефективного спілкування фірми, установи з органами державного управління, партнерами, клієнтами, засобами масової інформації, громадськими організаціями тощо. Дисципліна вивчає шляхи формування громадської думки, організаційні засади PR-кампаній, питання створення іміджу організації та її керівництва, бренду та фірмового стилю; організації та проведення масових та спеціальних заходів (презентацій, виставок, прийомів, прес-конференцій тощо), PR у зовнішній політиці.

“Правознавство” забезпечує опанування загальних положень цивільного права у правовій системі України, вивчення правового статусу суб'єктів цивільних правовідносин, права власності та інтелектуальної власності, системи договірних та недоговірних зобов'язань (договорів купівлі-продажу, дарування, ренти, найму, підряду, позички, перевезення, зберігання, інтелектуальної власності тощо), правові інститути спадкового права.

“Регіональна і національна економіка” забезпечує вивчення наукових основ розміщення і територіальної організації продуктивних сил України, аналізу їх сучасного стану і головних напрямків розвитку в умовах ринкової економіки, вивчення галузевої і територіальної структури народного господарства, основ державної регіональної політики. Дисципліна надає знання наукових основ регіональної та національної економіки (економічне районування, народногосподарський комплекс, його галузева структура і територіальна організація, міжгалузеві регіональні комплекси, аналіз продуктивних сил регіонів, місце і роль України у світовому господарстві тощо).

“Ризикологія” вивчає ризиконебезпечні ситуації у комерційній та управлінській діяльності, ризик-менеджмент та спрямовується на набуття студентами вмінь і навичок врахування та виявлення ризику та ризиконебезпечних ситуацій, оперативного управління ними.

Дисципліна **“Страховання та державне регулювання страхової діяльності”** покликана надати знання основ організації страхування, умов функціонування страхових компаній та страхового ринку, державного регулювання страхової діяльності; сформувати навички оцінювання платоспроможності страхової компанії; прийняття управлінських рішень при здійсненні страхування майна, відповідальності, життя і здоров'я; сформувати розуміння страхових відносин, що відбуваються у страхових компаніях та на страховому ринку України й інших країн.

Завдання дисципліни **“Теорія ймовірності та математична статистика”** – теоретична та практична підготовка студентів, спрямована на оволодіння сучасними математичними, теоретико-ймовірнісними та статистичними методами для розв'язання прикладних економічних задач. Дисципліна розвиває вміння вибирати математичні методи та ймовірнісні моделі, прийоми статистичного аналізу для дослідження прикладних задач; формує навички самостійного використання математичної літератури та прикладних пакетів програм для статистичного аналізу економічних даних.

Завданням дисципліни **“Гроші та кредит”** є надання студентам базових знань теорії і практики використання грошей, а також їх впливу на процес відтворення в

умовах ринкової економіки; методів аналізу й оцінки грошової і фінансово-кредитної політики в сучасних умовах; сутності і ролі кредиту, кредитної системи, валютних відносин.

Дисципліна “**Фінанси**” формує знання щодо сутності, функцій та ролі фінансів, їх впливу на економіку країни; щодо основних показників фінансово-господарської діяльності підприємства; змісту роботи біржового валютного ринку; порядку встановлення й обчислення валютного курсу національної грошової одиниці України, сучасних факторів формування світових фінансових ринків. Дисципліна формує вміння використовувати активи підприємства, проводити аналіз їх структури та руху; складати звітність про результати фінансової діяльності підприємства; визначити розмір доходів і витрат, надходжень і відрахувань коштів, взаємовідносини з податковими органами, банками, постачальниками тощо.

Маємо зазначити, що вказані дисципліни не позбавлені потенціалу для навчання майбутніх економістів ПДС. У такому разі мова йдеться про навчання за методикою “занурення” (“immersion teaching”), що передбачає “навчання в соціально осмислених, значущих ситуаціях спілкування через викладання однієї чи кількох навчальних дисциплін іноземною мовою” [93; с. 54]. Однак, ми вбачаємо, що для формування ПДКК майбутніх економістів найдоцільнішою з дисциплін, які вивчаються у ВНЗ, є “Іноземна мова (за професійним спрямуванням)”, тобто English for Specific Purposes (ESP), адже ця дисципліна інтегрує професійний та іншомовний аспект підготовки студентів.

Цілком підтримуємо позицію зарубіжних дослідників M. Ellis та C. Johnson, які зазначають стосовно даного питання наступне: “Business English must be seen in the overall context of English for Specific Purposes (ESP), as it shares the important elements of needs analysis, syllabus design, and materials selection and development which are common to all fields of work in ESP” [238, с. 3]. Тож, навчання майбутніх економістів ПДС не може розглядатися у відриві від професійно-орієнтованої іншомовної підготовки, що дає нам підстави для обґрунтування необхідності запровадження відокремленого спецкурсу з навчання ПДС, що має відбуватися

паралельно з вивченням іноземної мови за професійним спрямуванням (ESP) та фахових дисциплін.

Таким чином, спираючись на робочі навчальні плани підготовки студентів економічних спеціальностей, професіограми, освітньо-кваліфікаційні характеристики, Галузеві стандарти вищої освіти України, наукові розвідки з даного питання [4; 81; 171; 203], а також на попередні результати нашого дослідження, до змісту навчання ІПДС на економічному факультеті нами віднесено:

- теоретичний матеріал щодо сутності та правил організації усного та писемного, прямого та опосередкованого ІПДС;

- автентичні відео- та текстові матеріали, що корелюють зі змістом фахових дисциплін та спрямовані на інтегроване формування у студентів відповідних компонентів ІПДКК: лінгвістично-мовленнєвої компетенції (зразки ділових листів та інших документів, професійно-спрямовані матеріали та завдання до них, що розкривають лінгвістичні засади ІПДС, формують здатність до застосування рецептивних та продуктивних видів ІМД); ділової соціокультурної компетенції (відомості про економічний устрій, традиції та особливості ділових стосунків у різних країнах, основи культури ділового спілкування, що прийнята міжнародною спільнотою); професійно-предметної компетенції (автентичні матеріали та завдання, що розвивають у студентів здатність проявити власну професійну обізнаність, спілкуючись англійською мовою, забезпечують вивчення професійної термінології англійською мовою); інтеракційної компетенції (зразки діалогів у контексті ділової взаємодії людей між собою, розкриття особливостей прямої та опосередкованої взаємодії за телефоном, Інтернетом чи іншими засобами тощо);

- комунікативні завдання професійного спрямування, які розкривають різноманітні професійні ситуації у певному професійно-діловому середовищі та спонукають студентів до іншомовної комунікації, формуючи практичну здатність до аудіювання, говоріння, читання та письма; до застосування соціокультурних знань та правил культури ділового спілкування; до вільного оперування професійною термінологією для розв'язання професійних завдань; до вільної участі у діловій міжособистісній інтеракції.

Оскільки окреслений зміст навчання ІПДС є досить поглибленим та спеціалізованим, ми вбачаємо, що розпочинати таке навчання доцільно з другого курсу підготовки, коли студенти вже мають певні уявлення щодо майбутньої професійної діяльності, мають поліпшені лінгвістичні знання іноземної мови та здатність їх застосування у ході ІМД, на що спрямовується цикл іноземної мови першого курсу.

Розкритий вище зміст навчання було втілено при розробці факультативного спецкурсу “Основи іншомовного професійно-ділового спілкування” для студентів галузей підготовки 0305 “Економіка та підприємництво”, 0306 “Менеджмент та адміністрування” освітньо-кваліфікаційного рівня “бакалавр”, що спрямовувався на розвиток професіоналізації особистості студентів через кореляцію зі змістом фахових дисциплін, а також дисциплін циклу соціально-гуманітарної підготовки (Психологія, Українська мова (за професійним спрямуванням)) при інтегруючій ролі дисципліни Іноземна мова (за професійним спрямуванням) (Розділ 3, додаток Д).

Підбиваючи підсумок, зазначимо, що проблема мети та змісту навчання у контексті іншомовної професійно-орієнтованої підготовки все ще лишається відкритою у науковій спільноті, однак, окреслений вище зміст навчання, на нашу думку, у достатній мірі сприяє досягненню встановленої мети – формуванню ІПДКК майбутніх економістів як основи до здійснення ІПДС.

Визначення змісту навчання висуває іншу важливу проблему – вибір відповідних засобів навчання.

Так, визначення засобів навчання виступає важливим аспектом організації навчання майбутніх економістів ІПДС, який вирішує питання “За допомогою чого навчати?” [115, с. 55]. Засобами навчання можуть виступати різноманітні матеріальні предмети, які допомагають викладачу організовувати ефективно навчання, а студентам – успішно оволодіти знаннями. Серед вимог, що висуваються до засобів навчання, наявні такі:

- засоби мають виступати в матеріальній формі і виконувати свою основну функцію, а саме – бути таким засобом праці, який забезпечує реалізацію діяльності вчителя і діяльності учня у навчально-виховному процесі;

- засоби мають бути орієнтованими на мету та зміст навчання, тобто сприяти досягненню встановленої мети у процесі навчання шляхом реалізації змісту навчання;
- засоби мають бути інструментами реалізації методів та прийомів навчання і забезпечувати управління діяльністю вчителя та учня.
- засоби мають сприяти реалізації принципів навчання та відповідати висунутим педагогічним умовам.
- засоби мають відповідати сучасним досягненням педагогіки та методики навчання іноземних мов;
- засоби навчання мають відповідати віковим особливостям учнів (у даному випадку – студентів), рівню їх іншомовної підготовки, реаліям сучасного життя, особливостям майбутньої професії учнів, вимогам чинної програми.

Відомо, що основним засобом навчання іноземної мови у вищій школі звичайно виступають підручники/посібники/методичні вказівки.

Так, іншомовна професійно-орієнтована підготовка студентів економічних спеціальностей в Одеському національному політехнічному університеті здійснюється за відповідними робочими програмами [124; 125; 126; 127], які регламентують навчальний процес з іноземної мови за освітньо-кваліфікаційним рівнем “бакалавр”.

Навчання ґрунтується на засадах комунікативного підходу із перенесенням центру навчання на основні види ІМД — читання, говоріння, аудіювання, письмо. Навчання здійснюється за відповідними методичними рекомендаціями [118; 119; 120], розрахованими на 72 години аудиторних занять та розподіленими на десять уроків: The Nature of Management, The evolution of management thought, Planning and decision making, Organizing, Strategic management, Organizations, Staffing and Human Resource Management, Communicating, Motivation, Group dynamics (для спеціальності 6.030601 “Менеджмент”); What Is Economics?, Why economics might work, Wants and Needs, Value, Choice or Necessity?, Planning of activity of the enterprise, Financial planning, Fixed capital, Capacity utilization, Intangible assets (для спеціальності 6.030504 “Економіка підприємства”); The nature of marketing, The quality approach to

marketing, Levels of activity, The marketing mix, Green products, Life cycle stages, Packaging, Creating a marketing plan, Forecasting future demand, Functions of advertising (для спеціальності 6.030507 “Маркетинг”).

Кожний урок складається з відповідного тексту професійної тематики й комплексу мовних вправ, які розраховані на вдосконалення навичок активізації словарного і граматичного мінімуму професійного спрямування: “Read the text”, “Read the words and memorize them using a dictionary”, “Answer the questions”, “Match the left part with the right”, “Open brackets choosing the right words” (The Reading Module); “Describe the concepts using the suggested words and expressions”, “Ask questions to the given answers” (The Speaking Module); “Complete the sentences with the suggested words”, “Compose a story on one of the topics (up to 100 words)” (The Writing Module).

Використовуються й такі джерела, як “Ділові проекти” О.Б. Тарнопольського та С.П. Кожушко [202], “Англійська для економістів і бізнесменів” В.К. Шпака, О.О. Мустафи, Т.І.Бондар [8], а також такі посібники з граматики англійської мови, як “English Grammar in Use” (Elementary, Intermediate) автора R. Murphy [257; 258], електронний курс відеограмматики англійської мови [30]. Соціокультурні відомості представлено посібником А. Pilbeam “Market Leader: Working Across Cultures” [260], що висвітлює особливості ділових відносин у таких країнах, як Китай, Японія, Індія, що у робочих навчальних програмах відображено такими темами, як “Working styles in Japan”, “Doing business in China”, “The importance of understanding the local culture”, “Overcoming cultural barriers”.

Додатково нами було розглянуто структуру та зміст низки закордонних та вітчизняних посібників та підручників з різних аспектів іншомовної ділової комунікації: [1; 184; 230; 234; 235; 239; 240; 245; 246; 248; 251; 252; 253; 254; 259; 268; 269; 271; 274; 275; 276; 277; 278], зокрема, ті, що присвячені соціокультурному аспекту комунікації у різних країнах світу, діловому етикету: [263; 272; 242; 243; 228; 273; 280; 279; 227; 237]. Узагальнюючи, зазначимо, що кожен із зазначених посібників містить цінну теоретичну та практичну інформацію для майбутніх

економістів, а також корисні соціокультурні відомості для тих фахівців, які бажають глибше ознайомитися з культурою ділових відносин у різних країнах.

Однак, сучасні посібники та підручники не позбавлені певних недоліків.

Так, науковці визнають, що на теперішній час у світі не існує детально розробленої методики навчання ділової англійської мови. До того ж вітчизняні підручники нерідко не відповідають вимогам комунікативного підходу до навчання, адже націлені на оволодіння системою мови, а не навичками спілкування на цій мові [203, с. 4]. Водночас, західні підручники не враховують особливості національного менталітету та фонових знань вітчизняних студентів (зокрема, нечіткі уявлення про організацію бізнесу у країнах Заходу) [203, с. 4 – 5].

Отже, необхідність подальшої оптимізації іншомовної підготовки майбутніх економістів дає нам змогу увиразнити такі важливі аспекти, що потребують вдосконалення, як посилення професійної спрямованості навчання, збільшення кількості завдань з опанування професійної термінології англійською мовою, забезпечення ознайомлення студентів з науковими матеріалами з проблем економіки, налагодження співпраці з науковцями-економістами з боку викладача; розширення обсягу соціокультурних відомостей шляхом ознайомлення студентів з широким спектром іноземних держав, сучасним станом їхньої економіки та особливостями ділових стосунків; ознайомлення з особливостями міжособистісної взаємодії, тобто з тим, як поводитися у тих чи інших робочих ситуаціях (як ініціювати, приєднатися, завершити розмову; висловити власну точку зору; погодитися або висловити незгоду; як спілкуватися у складних ситуаціях; як поводитися під час ділових нарад, переговорів, виступів з доповідями; як вести ділові розмови за телефоном тощо); забезпечення жвавої комунікативної взаємодії під час занять, запровадження широкого ряду відео- та текстових матеріалів онлайн, що допоможе усунути певну монотонність у навчальній діяльності студентів, подолати труднощі у реальному спілкуванні на професійні теми.

Враховуючи вищезазначене, в якості засобів навчання ми інтегрували технічні засоби навчання: мережу Інтернет (відеоматеріали, новини, інтерв'ю, сайти відомих журналів та газет з питань економіки, розміщені у вільному доступі) та традиційні

засоби: матеріали з друкованих періодичних видань, посібників, робочі зошити студентів для нотатків та виконання необхідних практичних завдань на аудиторних заняттях чи домашньої роботи, роздатковий матеріал, що відповідало сучасним вимогам до засобів навчання та навчально-виховного процесу у вищій школі.

Ефективне засвоєння студентами змісту навчання та досягнення головної мети навчання має відбуватися за умови організації навчального процесу згідно з певними **принципами**, які розкривають сутність проблеми “Як організувати навчальний процес?” [115, с. 48] та розуміються як основні нормативні положення, яких треба дотримуватися, щоб навчання було ефективним [214, с. 16].

Відомо, що навчання іноземної мови/ІПДС має відбуватися на основі **дидактичних та методичних принципів**.

Дидактичні принципи – це вихідні положення, які покликані визначати стратегію і тактику навчання у кожній “точці” навчального процесу, оскільки вони пов’язані з цілями, змістом, методами, прийомами, організацією навчання та проявляються у взаємозв’язку та взаємозалежності [179, с. 40].

Методичні принципи є закономірності, які складають специфіку процесу навчання іноземних мов [122, с. 23].

Розкриємо дидактичні принципи, спираючись на класифікації С.Ю. Ніколаєвої [115, с. 48 – 52] та Г.В. Рогової [179, с. 40 – 54].

Так, до основних **дидактичних принципів** належать принципи наочності, посильності, міцності, свідомості, науковості, активності, виховуючого та розвиваючого навчання, індивідуалізації, колективності, систематичності та послідовності.

Принцип наочності, який забезпечується створенням відповідних умов для чуттєвого сприймання іншомовного оточення візуально та/або на слух, було реалізовано у даному дослідженні шляхом використання у процесі навчання відео матеріалів, репортажів, новин зі світу економіки, аналітичних статей, розміщених у мережі Інтернет у вільному доступі, наукових статей з друкованих видань, зразків ділових паперів тощо.

Принцип посиленості передбачає ретельний відбір навчального матеріалу та складання завдань із ним з урахуванням рівня підготовки студентів. За С.Ю. Ніколаєвою, **посиленість** означає відповідність рівня готовності учнів виконати завдання певного ступеню складності.

Дотримання принципу посиленості при організації навчання майбутніх економістів ІПДС передбачало, перш за все, урахування зазначених вище принципів відбору змісту матеріалу, конкретність у формулюванні завдань. Оскільки факультативний спецкурс “Основи ІПДС” було розроблено для студентів, які навчаються за рівнем підготовки “бакалавр”, то ми виходили із того, що на даному етапі у студентів мають вже бути сформованими якості, що відповідають рівню “Незалежний користувач – В1 – Рубіжний”, що має здобуватися у період навчання у середньому навчальному закладі. Водночас, згідно з Програмою з англійської мови для професійного спілкування, Загальноєвропейськими рекомендаціями з вивчення, викладання та оцінювання мов, мінімально прийнятний рівень володіння мовою для бакалавра є В2 (Незалежний користувач), для досягнення якого у процесі підготовки у ВНЗ необхідно розвивати професійні знання та вміння, які допоможуть студенту ефективно спілкуватися англійською мовою у професійному середовищі, а саме:

- обговорювати навчальні професійно-спрямовані питання, досягаючи порозуміння зі співрозмовником;
- готувати публічні виступи з низки галузевих питань, застосовуючи відповідні засоби вербальної комунікації та адекватні форми ведення дискусій та дебатів;
- знаходити нову текстову, графічну, аудіо та відео інформацію, що міститься в англійськомовних галузевих матеріалах (у друкованому і електронному вигляді), користуючись відповідними пошуковими методами і термінологією;
- аналізувати англійськомовні джерела інформації для отримання даних, що є необхідними для виконання професійних завдань та прийняття професійних рішень;
- писати професійні тексти і документи англійською мовою з низки галузевих питань;
- писати ділові та професійні листи, демонструючи міжкультурне розуміння та попередні знання у конкретному професійному контексті;

- перекладати англomовні професійні тексти на рідну мову, користуючись двомовними термінологічними словниками, електронними словниками та програмним забезпеченням перекладацького спрямування [171, с. 1 – 3; 50].

Таким чином, сутність принципу посильності при підготовці бакалаврів полягає у тому, щоб, забезпечити спроможність студентів до виконання завдань та оптимально збалансувати навчальний процес відповідно до вищезазначених вимог, на що ми орієнтувалися при розробці факультативного спецкурсу “Основи ІПДС”.

Принцип міцності має на увазі досягнення сталості засвоєння матеріалу, що має забезпечуватися шляхом підвищення змістовності навчального матеріалу, здійснення яскравого першого знайомства з новим матеріалом, що сприяє запам’ятовуванню; виконання великої кількості тренувальних завдань, повторення пройденого матеріалу, виконання творчих завдань, контролювання досягнутого рівня володіння матеріалом тощо.

Принцип свідомості реалізується у свідомому оволодінні студентами навчальним матеріалом, формуванні самостійності, самоконтролю, самокорекції, що сприяє розвитку пізнавальних сил студентів, пам’яті, уваги, мовлення, мислення, самоорганізації тощо.

Так, О.О. Заболотська зазначає, що, перш за все, мовлення студентів повинно бути мотивованим, у той час, як “дрили”, що застосовуються на заняттях, є зразками мовлення, яке не має слухача [62], що знецінює навчальний процес, призводячи до несвідомого, механічного заучування.

У нашому дослідженні реалізація принципу свідомості полягала у залученні студентів до іншомовної мовленнєвої діяльності шляхом створення професійно-орієнтованих комунікативних ситуацій; у залученні студентів до дискусій, ділових ігор, свідомому аналізі актуальних проблем економіки, їх обговоренні та висловлюванні власної точки зору; у вивченні соціокультурних аспектів ділової взаємодії, правил культури ділового спілкування; в опануванні іншомовними професійними термінами, здатності дати їм визначення, пояснення, зіставити з відповідними еквівалентами у рідній мові; опануванні типовими формулами іншомовної професійно-ділової взаємодії (інтерації), тобто ведення ділової

розмови, дискусії, оперування формулами привітання, прощання, що прийняті у ділових стосунках, висловлювання власної згоди/незгоди, аргументуванні, переконанні тощо; у здатності до самоорганізації та самоконтролю у процесі навчання. Маємо висловити точку зору, що принцип свідомості має передбачати, окрім вищезазначеного, ще й осмислення та усвідомлення студентами того, заради чого потрібно опанувати ІПДС; яку користь забезпечить сформована здатність до ІПДС у майбутній професійній діяльності; яких успіхів вони зможуть досягти, якщо матимуть змогу вільно застосовувати іноземну мову при здійсненні ІПДС.

Принцип науковості навчання означає, що для засвоєння пропонуються надійно обґрунтовані в сучасній науці положення і при цьому застосовуються методи навчання, які за своїм характером наближаються до методів науки, основа якої вивчається. Стосовно навчання іноземних мов, де об'єктом навчання є не наука про мову, а мовленнєва діяльність на цій мові, принцип науковості означає, що навчальний процес має проходити з урахуванням даних сучасної науки про особливості спілкування за допомогою мови, здійснення мовних контактів. Саме тому, реалізуючи принцип науковості, студентам було надано необхідну наукову інформацію про феномен ділового спілкування, про особливості закономірності налагодження ділових стосунків за допомогою іноземної мови.

Принцип активності передбачає мовленнєво-розумову активність студентів в оволодінні матеріалом, що можливо лише за умови, якщо інтенсифікована навчальна діяльність кожного студента, якщо кожен є активним учасником навчального процесу, а іншомовна мовленнєва діяльність студента, є вмотивованою та особисто усвідомленою. Розрізняють інтелектуальну, емоційну та мовленнєву активність. Інтелектуальна активність забезпечується постановкою проблемних завдань, які стимулюють пізнавальні процеси. Емоційна активність виникає тоді, коли студенти отримують задоволення від роботи, що виконується ними, коли їм подобається іноземна мова та організація її навчання, у той час як негативні емоції блокують активність студентів. Мовленнєва активність, яка виникає передусім при спілкуванні, у значній мірі обумовлюється інтелектуальною та емоційною

активністю. Інтенсифікація навчальної діяльності кожного студента досягається використанням різних режимів роботи, а саме:

- робота групи у цілому при цілеспрямованому перегляді відео матеріалу англійською мовою, при читанні професійно-спрямованого тексту, при виконанні письмового завдання. Студенти самостійно виконують одне й те саме завдання;
- робота у парах та малих групах до п'яти студентів. Саме у таких групах виникають міжособистісні відносини, сприятливі для засвоєння мови під час спілкування між учасниками групи, відбувається імітація реального професійно-ділового середовища. Найбільш поширеною з малих груп вважається робота у парі, яка використовується при презентації студентами діалогів, ділової бесіди з вирішення певного професійного питання чи проблеми. “Малі групи” застосовуються і для проведення рольової професійно-орієнтованої гри;
- колективна робота, яка передбачає загальну мету, взаємодію учасників для вирішення певного завдання.

Відмічаючи важливу роль принципу активності, нами було запроваджено такі шляхи його реалізації:

- постановка перед студентами проблемних професійно-орієнтованих питань для стимулювання їх інтелектуальної активності;
- підвищення зацікавленості до іноземної мови шляхом використання змістових матеріалів – теленовін, матеріалів з наукових видань, газет, журналів, мережі Інтернет, різноманітних комунікативних завдань.
- запровадження індивідуальної, парної та колективної роботи, що сприяло активізації кожного окремо та згуртованості колективу.

Принцип індивідуалізації реалізується шляхом урахування індивідуально-психологічних особливостей учня, які значно впливають на успішність оволодіння іншомовною мовленнєвою діяльністю. У процесі викладання ІПДС перед викладачем, з психологічної точки зору, постають різні типи студентів: деяким подобається спілкуватися, вони легко вступають у контакт (екстраверти) [179, с. 53]. Для таких студентів є цікавішим обговорити певну економічну проблему іноземною мовою, виступити з діловою промовою, аргументувати власну точку зору, взяти

участь у дискусії стосовно того чи іншого професійного питання. Інші, навпаки, схильні поринати у власні думки та почуття (інтроверти). Такі студенти, як правило, віддають перевагу писемній діловій комунікації, їм легше проявити свої знання іноземної мови при діловому листуванні, складанні ділових паперів, текстів ділових промов тощо. Однак, враховуючи важливість оволодіння студентами усіма видами ПДС, ми відзначаємо необхідність залучення студентів як до писемної, так і до усної комунікації. У рамках даного дослідження принцип індивідуалізації реалізовувався шляхом широкого запровадження комунікативних завдань, що передбачали розподіл ролей між учасниками спілкування та давали студентам змогу обрати для себе такі ролі, у яких вони могли якнайкраще проявити себе. Передбачалося й надання індивідуальних завдань з підготовки письмових повідомлень стосовно широкого ряду професійних проблем, подальші індивідуальні доповіді перед аудиторією тощо.

Маємо вказати на необхідність запровадження у навчальному процесі й дидактичного *принципу колективності*. *Колективною* вважається така діяльність, коли мета цієї діяльності усвідомлюється як єдина для всіх і для кожного; коли організація діяльності передбачає розподіл “ролей”, коли між членами колективу формуються відносини взаємної відповідальності та залежності при частковому здійсненні самоконтролю за діяльністю [179, с. 49]. У дослідженні даний принцип реалізовувався під час організації колективної роботи студентів на аудиторних заняттях: колективне обговорення дискусійних питань або прочитаного/переглянутого матеріалу, дискусії з актуальних проблем економіки, при колективному прослуховуванні виступів студентів із підготовленими доповідями/повідомленнями на професійну тематику; при роботі у малих групах (3 – 6 студентів) при проведенні ділових ігор із моделюванням ситуацій ПДС, наближених до ситуацій реального спілкування у професійній діяльності; при роботі у командах тощо. Таким чином, запровадження принципу колективності створює умови для іншомовного спілкування студентів між собою та з викладачем, активізує студентів під час аудиторних занять, сприяє згуртованості студентського колективу.

Принципи виховуючого та розвиваючого навчання є одними з важливих дидактичних принципів, враховуючи загальне завдання вищої школи – виховання всебічно розвинутої та активної особистості майбутнього фахівця. У контексті іншомовної підготовки ці принципи спрямовані на виховання у майбутніх економістів поваги до інших країн, народів та культур, з якими відбуватимуться ділові відносини, на формування культури спілкування у різних ситуаціях професійно-ділової взаємодії. Реалізація зазначених принципів сприяє й розвитку інтелектуальних здібностей студентів, здатності до самоорганізації та подальшої самоосвіти. Організація навчання та завдання, що пропонувалися до виконання у рамках нашого дослідження, спрямовувалися на формування у студентів необхідних професійних рис (працьовитості, активності, доброзичливості, колективізму, комунікабельності й ін.), виховання почуття відповідальності, чесності, поваги до колег, клієнтів.

Принципи систематичності та послідовності являють собою такий шлях організації навчання, при якому забезпечується всебічне охоплення матеріалу, комплексне та системне формування наукових знань стосовно того чи іншого феномена, а також послідовне практичне тренування набутих знань, що передбачає виклад матеріалу та організацію вправ та завдань із поступовим підвищенням складності, при цьому навчання має проходити систематично, тобто без тривалих часових прогалин. У даному дослідженні реалізація даних принципів здійснювалася шляхом ознайомлення майбутніх економістів з особливостями ІПДС у контексті його зв'язків із професійною діяльністю, послідовного розкриття особливостей ІПДС, при плануванні роботи від ознайомлення з матеріалами до самостійного використання у процесі виступів, дискусій, ділових ігор, діалогів, при писемному спілкуванні тощо.

До **методичних принципів** при викладанні мов у середніх навчальних закладах відносяться такі загальні принципи: комунікативності, домінуючої ролі вправ, взаємопов'язаного навчання видів мовленнєвої діяльності, урахування рідної мови [115, с. 51 – 52].

Однак, іншомовна професійно-орієнтована підготовка студентів економічних спеціальностей у ВНЗ має свої відмінності, а тому погляди дослідників щодо переліку методичних принципів не завжди збігаються.

Так, О.Б. Тарнопольський та С.П. Кожушко в якості центрального принципу висувають **принцип практичної реалізації комунікативної компетенції у навчанні**, що складається з трьох підрядних принципів: **принципу зануреності у предметний зміст навчання, принципу проблемності та принципу інтегрованості навчання чотирьом видам мовленнєвої діяльності (говоріння, аудіювання, читання та письма)** [203, с. 81 – 91].

Ми вважаємо, що, оскільки на сучасному етапі безперечним є той факт, що іншомовна професійно-орієнтована підготовка у ВНЗ має здійснюватися при домінуючій, наскрізній ролі компетентнісного підходу, то і принципи навчання мають передусім спрямовуватися на забезпечення формування ІПДКК у студентів. Саме тому ми поділяємо точку зору О.Б. Тарнопольського та С.П. Кожушко стосовно пріоритетної ролі “принципу практичної реалізації комунікативної компетенції у навчанні” та у контексті даного дослідження формуємо його як **принцип практичної реалізації ІПДКК, який, на нашу думку, має втілюватися через ряд відповідних методичних принципів, які забезпечать формування і практичну реалізацію основних компонентів ІПДКК, розглянутих нами вище.**

Так, **принцип зануреності у предметний зміст навчання** втілюється, за висновками науковців, через так званий *content-based approach*, який передбачає пріоритет самого спілкування над його мовною стороною, тобто пріоритет предметного змісту мовлення (комунікація заради ділових цілей) над формою його вираження. “Спілкування лише тоді стає реальним та повноцінним, коли комуніканти зосереджені на предметному змісті мовлення, а її форма або зовсім не усвідомлюється ними, або знаходиться на периферії свідомості [203, с. 87].” Однак, ми замислюємося стосовно можливості *несвідомого* використання студентами форми вираження змісту у мовленні. На нашу думку, для того, щоб спілкуватися, зосереджуючись лише на змісті комунікації, у студентів – майбутніх фахівців –

мають бути ґрунтовно сформованими усі компоненти ПДКК, що навряд чи може відбуватися під час навчання студентів, ПДКК яких ще не є досконалою.

Принцип проблемності [203, с. 89], який інший підрядний принцип реалізації комунікативної компетенції, обумовлюється тим, що спілкування у професійно-діловій сфері завжди є проблемним за своєю сутністю. У західній методиці викладання мов для спеціальних цілей даний принцип знаходить відображення через так званий *task-based approach*, який полягає у використанні: *information-gap activities*, коли кожен з учасників спілкування має у розпорядженні лише частину інформації та необхідно отримати відсутні відомості від співрозмовника(ків); *reasoning-gap activities*, коли на основі отриманої інформації необхідно прийняти рішення чи зробити висновки, які не сформульовані в інформації, що пропонується; *opinion-gap activities*, коли робляться висновки та приймаються рішення на основі обговорення питання та обміну думками між учасниками комунікації.

У нашому дослідженні реалізація цих принципів здійснювалася шляхом широкого використання ділових ігор, створення імовірних ситуацій з метою вирішення того чи іншого професійного питання, комунікативних завдань, у яких студентам пропонувалося вирішити ту чи іншу економічну проблему, запропонувати власні шляхи її подолання та обґрунтувати свою точку зору у процесі дискусії.

Принцип інтегрованості навчання видів мовленнєвої діяльності, який у зарубіжній методиці визначається як *integrated-skills approach* [203, с. 90], а у вітчизняній методиці – як “*принцип комплексності*” [153, с. 114], за висновком О.Б. Тарнопольського та С.П. Кожушко, є похідним від загальнометодичного принципу **взаємопов’язаного навчання видів мовленнєвої діяльності**, адже різні види мовленнєвої діяльності у процесі ПДС не просто пов’язані один із одним, а інтегровані. Це можна проілюструвати на прикладі ситуацій ведення ділових переговорів, коли учасники не лише розмовляють та слухають одне одного, а й одночасно застосовують читання (вивчення текстів різноманітних документів, коло яких власно і ведуть переговори) та письмо (складання нових документів, внесення

змін до існуючих тощо). Наведемо приклад за матеріалами факультативного спецкурсу “Основи ІПДС”:

“Choose one of the following organizations and prepare a written message about it. Be ready to read your report in class.

The Arab League

The Association of Southeast Asian Nations (ASEAN)

Organization of the Black Sea Economic Cooperation (BSEC)

The African Development Bank Group (AfDB)”.

Проілюстроване завдання передбачало інтеграцію наступних видів ІМД:

Для мовця – виступити з повідомленням (провідна діяльність – говоріння (монологічне мовлення) та/ або читання вголос підготовленого тексту промови), відповісти на запитання слухачів (аудіювання, говоріння).

Для аудиторії – прослухати повідомлення, зробити необхідні нотатки, поставити супутні запитання (інтеграція аудіювання, письма, говоріння).

Ми також виокремлюємо інші важливі методичні принципи, які забезпечують реалізацію ІПДКК у сукупності її компонентів.

Так, **принцип професійно-орієнтованого навчання** реалізується за допомогою міжпредметних зв’язків іноземної мови з профілюючими дисциплінами. Через даний принцип власне і забезпечується професійна спрямованість навчальної діяльності з вивчення мови та відбувається опанування студентами мовою професії. Принцип професійно-орієнтованого навчання забезпечує практичну реалізацію формування професійно-предметної компетенції у складі ІПДКК майбутніх економістів, адже саме вона відповідає за оволодіння студентами іншомовними професійними термінами, за здатність виявити власну професійну обізнаність, спілкуючись іноземною мовою.

Запровадження даного принципу у нашому дослідженні здійснювалося шляхом використання професійно-орієнтованих матеріалів, які містили достатній обсяг термінів та понять професії. Студентам пропонувалися завдання по розкриттю сутності/ поясненню англійською мовою того чи іншого професійного терміну; обговорити ту чи іншу професійну проблему, застосовуючи відповідні професійні

терміни; прочитати професійно-спрямований текст (наприклад, наукову статтю); переглянути відеоматеріал; застосувати професійні терміни на письмі; навести еквіваленти рідною мовою до відповідних англійських професійних термінів тощо.

Нами було складено короткий глосарій професійних економічних термінів у друкованому та електронному форматах (**Додаток 3**), відбір яких було здійснено на основі аналізу низки навчальних посібників для студентів економічних спеціальностей, посібників з ділової англійської мови, довідкової літератури, дисертаційних досліджень в області перекладу економічної термінології: [13; 23; 44; 56; 59; 79; 87; 108; 109; 114; 129; 151; 173; 189; 220; 230; 233; 241; 246; 269; 275], що давало студентам змогу уточнити те чи інше економічне поняття, відновити його у пам'яті, застосувати під час написання доповідей на економічну тематику або ділових листів, зрозуміти сутність того чи іншого терміну при читанні професійних матеріалів. У той же час, ми заохочували студентів до широкого використання інших довідкових джерел за їх власним вибором.

Принцип комунікативності [115, с. 48, 51 – 52; 179, с. 42 – 44; 214, с. 16 – 17] має витoki із соціальної природи мови як засобу спілкування. Характерна риса навчання іноземної мови, порівняно з іншими дисциплінами, полягає у тому, щоб не стільки домогтися накопичення знань, скільки забезпечити оволодіння діяльністю іншомовного мовленнєвого спілкування. Саме тому принцип комунікативності у контексті іншомовної підготовки передбачає провідну роль комунікативної практики, наближення процесу навчання до реального спілкування, тобто навчання ІПДС в обставинах, наближених до реального ІПДС. Принцип комунікативності обумовлює відбір і організацію навчального матеріалу: тематику, ситуації спілкування; прийоми навчання, зміст навчання та виховання. Даний принцип передбачає залучення кожного до спілкування за допомогою різноманітних рольових та ділових ігор, дискусій тощо. Реалізація принципу комунікативності, за Ю.І. Пассовим, досягається шляхом: (1) мовленнєвої спрямованості навчального процесу; (2) індивідуалізації навчання; (3) функціональності, яка забезпечує відбір іншомовного матеріалу, адекватного процесу комунікації; (4) ситуативності; (5)

новизни, яка проявляється у зміні предмета розмови, обставин, завдань тощо [115, с. 302 – 304; 153, с. 120 – 123].

Іншими словами, принцип комунікативності має на увазі “навчання спілкування через спілкування”, яке має відбуватися в умовах, максимально наближених до тих, в яких мова функціонує [25, с. 8].

Реалізація принципу комунікативності у нашому дослідженні знайшла своє вираження шляхом надання широкого ряду відкритих відеоматеріалів он-лайн, які презентували зразки як діалогічного мовлення при здійсненні ПДС (інтерв'ю, дискусії), так і монологічного мовлення (одноосібні повідомлення, репортажі). Реалізовувало принцип комунікативності й залучення студентів до спілкування у різноманітних змодельованих професійно-орієнтованих комунікативних ситуаціях.

Принцип ситуативності, який логічно випливає з принципу комунікативності, передбачає визнання **ситуації** як одиниці організації процесу навчання іншомовному спілкуванню. При цьому, **“ситуацію”** визначають як систему взаємовідносин співрозмовників, яка відбивається в їх свідомості. Ситуація є постійним фактором навчання, яка забезпечує презентацію матеріалу, формування мовленнєвих навичок в усіх видах мовленнєвої діяльності [115, с. 304; 153, с. 122].

Принцип ситуативності реалізовувався у нашому дослідженні шляхом моделювання широкого ряду імовірних ситуацій, які можуть мати місце у професійній діяльності економістів, з подальшим опрацюванням у ході парної та групової роботи.

Принцип культурологічності насамперед орієнтується на забезпечення формування у майбутніх економістів ділової соціокультурної компетенції у складі ПДКК. Реалізація даного принципу передбачає застосування автентичних матеріалів, які знайомлять студентів з культурою у цілому, традиціями, станом розвитку економіки, державним устроєм, діловим етикетом, особливостями суспільного життя країни, з представниками якої відбуваються ділові відносини; надають студентам знання особливостей мовленнєвої та немовленнєвої поведінки носіїв певної культури в ситуаціях професійно-ділового спілкування.

Реалізація принципу культурологічності у рамках нашого дослідження відбувалася шляхом включення до змісту навчання суспільно-політичних, країнознавчих, культурологічних матеріалів. Пропонувалося прокоментувати англійською мовою державний устрій, стан розвитку економіки, особливості суспільного життя та правила ділових стосунків інших країн; порівняти їх із відповідними особливостями своєї країни.

Принцип інтеракції при спілкуванні, який відображає саму сутність процесу спілкування як взаємодії між учасниками спілкування, передбачає активне іншомовне спілкування студентів один з одним, а також з викладачем. Підтримуючи позицію О.О. Заболотської, вважаємо, що на заняттях слід якнайбільше забезпечувати непідготовленість мовлення студентів, що робить те чи інше завдання більш цікавим, а мовлення – спонтанним [62], відкриває різноманітні грані міжособистісної прямої взаємодії, яка у реальному житті має спонтанний характер. У дослідженні це забезпечувалося, насамперед, шляхом застосування ділових ігор, дискусій стосовно економічних питань, під час парної, групової та колективної роботи, що сприяло практичному формуванню інтеракційної компетенції у студентів.

Принцип недомінантної ролі викладача [25, с. 8] реалізується у тому, що викладач не стільки контролює студентів, скільки їм допомагає. Мовлення студента не переривається для виправлення помилок, а після закінчення спілкування викладач виправляє тільки типові помилки або ті, що заважають комунікації.

При цьому, даний принцип не суперечить основним функціям викладача у навчальному процесі та не скасовує їх. До таких функцій відносять інформативну, оцінювальну, організаторську, контролюючу [122, с. 18].

Виправляючи помилки студентів, викладач має передусім звернути увагу студентів на свідоме чи несвідоме застосування ними некоректної мовленнєвої поведінки, яка суперечить культурі спілкування, якщо таке має місце на занятті, вказати на неправильне вживання того чи іншого професійного терміну, на вживання неправильних формул початку/завершення ділової розмови, на

двозначність у формулюванні власних думок, вживання фраз, що призведуть до непорозуміння тощо.

Таким чином, до основних дидактичних принципів, що були реалізовані у нашому дослідженні, належать принципи наочності, посильності, міцності, свідомості, науковості, активності, виховуючого та розвиваючого навчання, індивідуалізації, колективності, систематичності та послідовності.

Основними методичними принципами, що забезпечували практичну реалізацію ІПДКК у нашому дослідженні, виступили принципи проблемності, пріоритету предметного змісту навчання, інтегрованого навчання чотирьом видам мовленнєвої діяльності, професійно-орієнтованого навчання ІПДС, комунікативності, ситуативності, культурологічності, інтеракції при спілкуванні, недомінантної ролі викладача.

Організація навчання на основі вищезазначених дидактичних та методичних принципів, на нашу думку, є тим необхідним підґрунтям, що забезпечує практичне формування ІПДКК студентів у складі відповідних компонентів – компетенцій, що складає основу здатності майбутніх економістів до здійснення ІПДС у подальшій професійній діяльності.

Однак, практична сторона організації навчання з опанування майбутніми економістами ІПДС не обмежується метою, змістом та принципами навчання, а передбачає визначення викладачем відповідних методів та прийомів навчання, які будуть втілюватися у навчальному процесі, обумовлюючись обраним підходом до організації навчання.

Так, вибудова дослідження за компетентнісним підходом поставило перед нами низку загальнометодичних та теоретичних питань, насамперед, яким чином даний підхід співвідноситься із тими, що традиційно прийняті у вітчизняній освіті.

Для вирішення даного питання ми звернулися до висновків І.О. Зимньої [67, с. 30-32], яка зазначає, що у сучасній науці є безліч підходів, які можна класифікувати за різною основою. Наприклад, за науковими дисциплінами: філософський, психологічний, педагогічний, антропологічний, міждисциплінарний й ін.; за об'єктом докладання – діяльнісний,

культурологічний, особистісний й ін.; за організацією аналізу: системний, комплексний, структурний й ін.

При цьому постає очевидним, що різні підходи не виключають один одного, а реалізують різні плани розгляду одних й тих самих питань.

За висновком І.О. Зимньої, компетентнісний підхід відповідає за результативно-цільову спрямованість освіти, компетентнісний підхід є системним, міждисциплінарним, він характеризується й особистісними і діяльними аспектами, тобто він має прагматичну, практичну та гуманістичну спрямованість. Іншими словами, компетентнісний підхід посилює практико-орієнтованість освіти, її прагматичний, предметно-професійний аспект. У цьому прагматичному аспекті він не може протиставлятися знанням, умінням, навичкам (так званим ЗУНам), оскільки він підкреслює роль досвіду, вмінь практично реалізувати знання. Але він і не тотожний ЗУНам, оскільки встановлює підрядність знань умінням, акцентуючи увагу на практичному боці питання. Компетентнісний підхід збагачує особистісними складниками традиційний підхід “знань, умінь, навичок”, робить його гуманістично спрямованим [67, с. 36].

Таким чином, підтримуючи позицію С.Ю Ніколаєвої, компетентнісний підхід розглядався нами, як загальна ключова стратегія навчання, загальна вихідна концептуальна позиція, яка є вирішальною у розгляді і визначенні інших підпорядкованих положень [115, с. 38, 160], таких, як розглянуті вище мета та зміст навчання.

Компетентнісний підхід є тісно пов'язаним з комунікативно-діяльним підходом [115, с. 303 – 305; 153], який ми розглядаємо логічним практичним продовженням першого, адже загальною метою у рамках компетентнісного підходу до іншомовної підготовки є формування **комунікативної** компетентності.

Спрямовуючись на розвиток здатності до практичної реалізації комунікативної функції мови, комунікативно-діяльним підхід розглядає спілкування метою і засобом навчання іноземної мови. Він має своє втілення у практичному боці організації навчання, тобто планування конкретних прийомів, визначення конкретних завдань, що залучатимуть студентів до активної

комунікативної діяльності, тобто до здійснення ПДС. Тож, більшість вправ та завдань за цим підходом має за мету саме спілкування при провідній ролі ситуативності, активності, індивідуалізації, а також новизни, що втілюється шляхом постійної зміни предмета та імовірного середовища ПДС, його завдань.

У нашому дослідженні комунікативно-діяльнісний підхід, визнаний Загальноєвропейськими рекомендаціями з мовної освіти [64, с. 9], скеровував практичну діяльність з опанування ПДС, обумовлюючи вибір відповідних методів навчання, а також практичних прийомів, що використовувалися для активізації спілкування студентів.

Так, **метод** розуміють як спосіб теоретичного дослідження або практичного здійснення якого-небудь явища або процесу [89, с. 9].

Метод (грец. *methodos* — шлях, спосіб дослідження, викладу) — система правил і прийомів підходу до вивчення явищ і закономірностей природи, суспільства, мислення; планомірний шлях, спосіб досягнення результатів у науковому пізнанні й практичній діяльності; взагалі прийом або спосіб дії [89, с. 20].

У контексті навчання іноземних мов методи навчання дають відповідь на запитання “Як навчати?” [115, с. 53], а поняття “метод” може розглядатися як шлях до встановленої мети. У широкому сенсі метод розуміється як система навчання, та в методиці викладання мов існує низка методів: прямий, комунікативний, граматико-перекладний, аудіо-лінгвальний, аудіо-візуальний, повної фізичної реакції, сугестивний та ін.

У вузькому сенсі метод навчання розглядається як спосіб взаємозалежної і взаємозумовленої діяльності педагога і студентів, спрямованої на реалізацію цілей навчання, або як систему цілеспрямованих дій педагога, які організують пізнавальну й практичну діяльність студентів і забезпечують досягнення мети навчання [150, с. 185].

На теперішній час, єдиної універсальної класифікації методів навчання дидактикам і методистам створити не вдалося, але, як зауважує В.Л.Ортинський, існує низка наявних класифікацій, здійснених на різних засадах [150, с. 188-190]:

- за джерелом знань (слово, образ, досвід): словесні, наочні, практичні методи;

- за етапами навчання: методи підготовки до вивчення нового матеріалу, методи вивчення нового матеріалу, методи поглиблення знань і набуття практичних умінь, методи контролю і оцінки результатів навчання;
- за способом керівництва навчальною діяльністю: методи пояснення педагога і методи організації самостійної роботи студентів;
- за логікою навчання: індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні;
- за дидактичними цілями: організація навчальної діяльності, стимулювання і релаксація, контроль і оцінка;
- за характером пізнавальної діяльності: пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі.

Щодо двозначного трактування “методу” як (1) системи навчання у широкому смислі та (2) способу взаємодії педагога та студентів у вузькому смислі, О.Б. Тарнопольський та С.П. Кожушко зазначають, що таке розділення даного поняття закріпилося у вітчизняній методиці ще з 60-х років ХХ сторіччя. У зарубіжній ж методиці цю проблему вирішено шляхом розмежування понять “approach” – відповідає першому трактуванню поняття “метод” у вітчизняній науці та “method” – відображає друге трактування поняття “метод” у вітчизняній науці. Таким чином, можна було б, вслід за західними науковцями, говорити про “підходи” та “методи”, але у вітчизняній методиці “підхід” охоплює не тільки те, як навчати (метод), а й для чого навчати (мета) і чого навчати (зміст) [203, с. 64].

Методи – конкретні шляхи-способи, обумовлені загальним підходом до навчання, які сприяють досягненню встановленої мети через відповідну організацію взаємодії педагога та студентів.

Також у самому визначенні методу закладено бінарний підхід до його трактування, що полягає в єдності методів викладання і методів учіння.

У методиці викладання мов методи-способи, що їх застосовує вчитель, є демонстрація (показ), пояснення та організація вправління. Методами учня є ознайомлення, осмислення, вправління, підкріплені самоконтролем та контролем з боку вчителя [115, с. 53-55].

Окрім методів, у навчальному процесі з іноземної мови використовуються різноманітні методичні прийоми – елементарні методичні вчинки (дії), що спрямовані на виконання конкретного завдання на певному етапі заняття. Методи та прийоми навчання є взаємопов'язаними. Інакше кажучи, обраний метод навчання передбачає застосування низки прийомів, що його реалізують.

Наприклад, за С.С. Вітвицькою, на проблемній лекції активізація мислення студентів може здійснюватися викладачем шляхом запровадження проблемних ситуацій, які можна створити, використовуючи такі прийоми: пряма постановка проблеми; проблемне завдання у вигляді питання; повідомлення суперечливої інформації, протилежних думок з певного питання; звернення до явищ, які потрібно пояснити, прослухавши частину лекції; співставлення життєвих знань з науковими тощо [34, с. 140].

Під час реалізації основного етапу дослідження, керуючись провідними положеннями компетентнісного, комунікативно-діяльнісного підходів, ми обрали до запровадження такі методи, як комунікативний (зорієнтований на організацію процесу навчання як відображення процесу реального спілкування) та інтерактивний (обумовлений комунікативним методом, адже сама комунікація (спілкування) являє собою процес активної взаємодії людей). Саме у процесі навчання за комунікативним методом (що розуміється нами як навчання іноземної мови шляхом спілкування цією мовою) студенти набувають комунікативних компетенцій [115, с. 303]. У той же час, інтерактивний метод (сутність якого ми вбачаємо у навчанні спілкування шляхом міжособистісної взаємодії, інтеракції) ще більше підсилює взаємодію учасників процесу навчання, активізує навчально-пізнавальну діяльність студентів, спонукає їх до здійснення міжособистісної комунікації іноземною мовою.

Реалізація методів навчання здійснювалася шляхом запровадження відповідних прийомів.

Методичні прийоми – складові загального методу, конкретні дії, інструкції, настанови (обумовлені обраними методами навчання та загальним підходом-стратегією, заздалегідь сплановані та запропоновані викладачем), які студенти

мали виконати/здійснити для того, щоб впоратися із певним професійно-спрямованим завданням у рамках аудиторного (практичного) заняття.

Так, Дженніфер Мун [255], наводить низку прийомів, які можна застосовувати при викладанні ділової англійської мови, серед яких:

Прийоми, які дозволяють активізувати знання: дати визначення, описати, перерахувати, назвати, відтворити, вибрати, згадати, сформулювати, уявити, детально викласти, записати, дізнатися, співвіднести.

Прийоми, які дозволяють демонструвати розуміння матеріалу: надати пояснення, перекласти (з іноземної мови), дати оцінку, з'ясувати, погодитись чи заперечити, знайти відмінності, надати тлумачення, продовжити або закінчити, узагальнити, навести приклади, зробити припущення, переказати своїми словами, спрогнозувати, обговорити, ілюструвати, дати коротке визначення, з'ясувати, вибрати, надати власне розуміння, сформулювати, протиставити, порівняти.

Прийоми, що служать для закріплення знань: вивчити, повторити, пригадати, продемонструвати, зробити висновки, передбачити, підготуватися, визначити взаємовідносини, навести приклади, скласти, пояснити, використати на практиці, оперувати, ілюструвати.

Прийоми, які розвивають здатність аналізу: дізнатися, знайти відмінності, оцінити, підрозділити, диференціювати, встановити, ілюструвати, зробити висновок, вказати, співвіднести, вибрати, виділити, розділити, порівняти, протиставити, надати судження, вирішити, покритикувати, опитати, надати визначення/тлумачення.

Прийоми, які розвивають здатність синтезу: запропонувати, уявити, структурувати, об'єднати, сформулювати, розвинути, поєднати, зібрати, скласти, створити, розробити, пояснити, генерувати, змінити, організувати, спланувати, переробити, перебудувати, співвіднести, реорганізувати, перевірити, написати, підсумовувати, розповісти, переглянути, зробити звіт, посперечатися, розташувати за певним порядком, вибрати, узагальнити, законспектувати, зробити висновки, синтезувати, припустити, докладно викласти.

Прийоми, формують здатність робити оцінку, висловлювати власне ставлення: зробити оцінку чи висновки, порівняти, протиставити, описати, покритикувати, погодитися, поставити під сумнів, висловити власну позицію та ін.

Спираючись на дану класифікацію, у ході планування факультативного спецкурсу “Основи ПДС” нами було передбачено широке використання таких прийомів, як визначення/ пояснення професійних термінів, уявлення та відтворення імовірних робочих ситуацій, переклад, переказ своїми словами, висловлення власної думки, порівняння, прогнозування, узагальнення, обговорення, дискусії, індивідуальні доповіді, аргументування, переконання, надання прикладів тощо. Було передбачено й ряд інших прийомів у рамках комунікативного та інтерактивного методів: ділова гра, практичні завдання з елементом змагання, прийоми “піраміда”, “гудіння”, “ланцюжок”, “мікрофон” тощо.

Отже, ми вважаємо доцільним вживати поняття “підхід”, що розкриває загальну стратегію навчання, “метод”, що конкретизує обраний підхід, обумовлюючи застосування відповідних “прийомів навчання”, що практично реалізують “метод” шляхом виконання студентами конкретних завдань та видів роботи (“approach to teaching”, “teaching method”, “teaching technique”).

У дослідженні компетентнісний підхід мав своє вираження у загальній стратегії навчання, меті та змісті навчання. Організуючи навчання за даним підходом, ми висунули метою сформуванню у студентів ПДКК у складі таких компонентів, як лінгвістична, ділова соціокультурна, професійно-предметна та інтеракційна, що обумовило розподіл змістових частин факультативного спецкурсу “Основи ПДС” відповідно до визначених компетенцій.

Вибудова дослідження за компетентнісним та комунікативно-діяльним підходами зумовила запровадження комунікативного та інтерактивного методів, а отже й відповідних практичних прийомів, спрямованих на активізацію міжособистісного спілкування студентів (п. 3.1.).

2.2. Педагогічні умови формування іншомовного ділового спілкування у майбутніх економістів у процесі вивчення професійно-орієнтованих дисциплін

На сучасному етапі розвитку вищої освіти актуальним питанням виступає обґрунтування основних засад створення інформаційно-освітнього середовища ВНЗ, що є системно організованою сукупністю засобів передавання інформації, принципів взаємодії учасників навчального процесу, дидактичного, організаційного та методичного забезпечення, яка орієнтована на задоволення потреб тих, хто навчається [19].

Однак, у вітчизняній педагогічній науці розробка зазначеної проблеми знаходиться на етапі становлення, оскільки інформаційний простір сучасного суспільства перебуває в умовах постійних безперервних змін [188].

Послуговуючись дослідженнями науковців щодо даної проблеми [215; 19; 198], маємо зазначити, що поняття “інформаційно-освітнє середовище” визначається по-різному: “системно організована сукупність інформаційного, технічного, навчально-методичного забезпечення, нерозривно пов’язана з людиною як суб’єктом освітнього процесу”; “частина інформаційного простору, найближче зовнішнє по відношенню до індивіда інформаційне оточення, сукупність умов, в яких безпосередньо протікає діяльність індивіда”; “сукупність усіх можливостей навчання і розвитку особистості, причому можливостей позитивних і негативних” тощо.

Тож, на сучасному етапі важливим питанням виступає визначення та обґрунтування відповідного середовища навчання майбутніх економістів ІПДС, а отже й відповідних педагогічних умов, які його становлять [157].

Звернемося до розуміння поняття “умова” у довідковій літературі.

Так, філософський енциклопедичний словник надає наступне визначення поняття “умова” – те, від чого залежить щось інше (обумовлюване); суттєвий компонент комплексу об’єктів (речей, їх станів, взаємодій), із наявності яких з необхідністю витікає існування даного явища [210, с. 706]. Таким чином, дана

категорія відображає відношення предмета до оточуючих явищ, без яких він не може існувати.

Словник з теорії та практики вищої професійної освіти визначає дане поняття як “умови реалізації процесу навчання та виховання, які забезпечують досягнення встановлених педагогічних цілей” [135, с. 66].

У рамках даного дослідження ми вбачаємо, що педагогічні умови є комплексом взаємодіючих вимог-обставин процесу навчання, які є провідними для його ефективного перебігу та забезпечують досягнення головної мети – формування ІПДКК у майбутніх економістів як основи їх здатності до здійснення ІПДС.

Зважаючи на встановлену мету навчання, педагогічні умови формування ІПДС у майбутніх економістів фактично розглядалися нами як педагогічні умови формування ІПДКК у студентів.

Аналіз наукової літератури виявив широкий діапазон поглядів науковців на проблему педагогічних умов професійно-орієнтованої іншомовної підготовки майбутніх фахівців у ВНЗ.

Так, К.Г. Вишневська виокремлює такі педагогічні умови професійно-орієнтованого навчання іноземних мов майбутніх фахівців економічного профілю: наявність комунікативно-професійної спрямованості викладання іноземної мови; забезпечення позитивної мотивації до вивчення професійно-орієнтованої іноземної мови; використання міждисциплінарних зв'язків; занурення студентів в іншомовну імітаційно-рольову професійно-спрямовану діяльність [32, с. 8].

В.П. Гордієнко пропонує педагогічні умови професійно-мовленнєвої підготовки майбутніх молодших спеціалістів біржової діяльності: створення освітньо-виховного середовища у ВНЗ як основи формування професійного мовлення; формування мотиваційно-ціннісного ставлення до здійснення професійного мовлення; збагачення змісту мовних і спеціальних дисциплін вправами і завданнями культурологічного спрямування; залучення студентів до створення текстів професійного спрямування й ін. [47, с. 11].

К.С. Матвеева обґрунтовує такі педагогічні умови підготовки майбутніх економістів до міжнародної професійної діяльності засобами іноземної мови:

посилення позитивної професійно орієнтованої мотивації майбутніх фахівців економічного профілю до ведення міжнародної професійної діяльності; урахування міжпредметних зв'язків при інтегрованому формуванні готовності (відповідних знань, умінь і навичок) майбутніх фахівців економічного профілю до міжнародної професійної діяльності [113, с. 152].

Дослідники висувають й інші педагогічні умови: організація професійно-орієнтованого навчання засобами нових інформаційних технологій; стимулювання особистісного та професійного самовдосконалення за допомогою розвитку у майбутніх економістів здатності до рефлексії навчально-пізнавальної та квазіпрофесійної діяльності [33, с. 7 – 9]; сприяння формуванню у студентів стійкої внутрішньої мотивації щодо професійного іншомовного спілкування; поступове підвищення автономії студентів у професійній іншомовній взаємодії; створення активного навчального середовища [137, с. 11]; створення професійно-креативного навчально-виховного середовища, головними складовими якого виступають сучасні аудіовізуальні засоби навчання професійної спрямованості, активні методи та технології навчання (мозковий штурм, метод проектів, дебати, диспути, ігри-тренінги тощо), науково-дослідна робота студентів стосовно проблем майбутньої професії [99]; створення професійного мовного середовища [38] тощо.

Як бачимо, визначення педагогічних умов є важливим питанням, що постає перед викладачем іноземної мови, а погляди на те, які умови необхідно реалізовувати у процесі іншомовної підготовки студентів, не завжди збігаються.

Передумовою виокремлення педагогічних умов у нашому дослідженні виступило з'ясування того, що у сучасній вищій освіті відбуваються стрімкі інтеграційні процеси різних напрямів.

Проблема інтеграції в освіті останнім часом все частіше привертає увагу науковців та розглядається ними з різних точок зору, однак, її розгляд у контексті іншомовної підготовки студентів поки що не здійснений.

Отже, постає необхідним глибше розкрити сутність поняття “інтеграція”.

Так, термін *інтеграція* має латинське походження (*integratio* – відновлення, заповнення, *integer* - цілий) та позначає комплексний багатофункціональний процес, що має вираження у самих різноманітних формах [14, с. 5].

Водночас, як зауважує А.П. Ліферов, будь-які визначення “інтеграції” не є універсальними, оскільки не враховують всього комплексу елементів, що залучаються до неї, і сама інтеграція також є відносною, тому що це процес об’єднання, але ще не сама єдність [103, с. 7 – 8].

Огляд загальних інтеграційних тенденцій у системі сучасної вищої освіти [168, с. 198 - 201] дав нам змогу виокремити такі основні напрями:

- **міжнародний**, що має на увазі співробітництво в освітній сфері на рівні держав з метою обміну досвідом та досягненнями, розвитку та модернізації національної системи освіти;
- **науково-освітній**, що передбачає інтеграцію наукових інститутів та закладів вищої освіти з метою налагодження плідної співпраці у проведенні наукових досліджень та підготовці майбутніх фахівців;
- **міждисциплінарний**, спрямований на запровадження інтеграції навчальних дисциплін, викладання на основі інтегративного підходу;
- **міжособистісний**, на якому відбувається інтеграція спільних зусиль студентів та викладачів у процесі навчання, їх співпраця та взаємодія;
- **навчально-практичний**, покликаний забезпечити інтеграцію підприємств, установ, організацій та ВНЗ з метою надання студентам можливості ознайомитися на практиці з особливостями обраної професії, що має реалізовуватися, на наш погляд, під час переддипломної практики студентів на підприємствах, в установах, організаціях.

Так, розвиток **міжнародного напрямку** інтеграції є актуальним, оскільки, за визнанням науковців, інтеграція у світовій освіті є тенденцією, яка у кінці ХХ – початку ХХІ ст. стає однією з базових категорій сучасної педагогіки. Інтеграція в освіті – частина складного і всеохоплюючого наближення, взаємодії, взаємопроникнення національних структур [103, с. 7 – 8].

Цей напрям реалізується шляхом встановлення плідної співпраці, обміну досвідом, підвищенням якості підготовки фахівців. Важливо розуміти, що у рамках інтеграційних процесів доцільно переймати лише позитивний досвід, що ні в якому разі не передбачає руйнування фундаментальних вітчизняних традицій підготовки майбутніх фахівців.

Так, А. Бойко відмічає, що дуалістичний характер будь-якої національної освіти полягає, з одного боку, у збереженні доброго, міцного коріння національної культури, з іншого – в адекватному оновленні, спрямованому на підготовку особистості до життя в динамічному, взаємозалежному світі [20, с.34 – 35], задля чого необхідно спрямовувати зусилля на розвиток духовних сил, здібностей та вмій для подолання життєвих перешкод; формування громадянської відповідальності; забезпечення можливостей для особистісного й професійного зростання з метою самореалізації; створення умов для саморозвитку творчої індивідуальності [6, с.124].

Таким чином, **міжнародний напрям** інтеграції у контексті підготовки майбутніх економістів у ВНЗ постає актуальним, адже формування особистості майбутнього фахівця економіки є неможливим поза ознайомлення студентів з сучасними світовими соціально-економічними тенденціями, досягненнями, проблемами, шляхами їх вирішення. З іншого боку, опанування ПДС англійською мовою власне і забезпечує міжнародну інтеграцію, оскільки англійська мова є однією з визнаних мов міжнародного співробітництва.

Іншим перспективним напрямом виступає **науково-освітній напрям**, який передбачає інтеграцію освіти та науки, що у Національній доктрині розвитку освіти України у XXI ст. визнано умовою модернізації освітньої системи [132, с. 16 – 17].

Так, досліджуючи інтеграційні процеси у даному контексті, А.П. Бердашкевич відмічає, що інтеграція освіти і науки – процес об'єктивний, адже освіта і наука – діяльності, засновані на взаємодії з науковими знаннями. Якщо головна мета науки – отримання нового знання, то основне завдання освіти – розповсюдження і роз'яснення наукових знань [14, с. 4 – 7].

Інтеграція вищої освіти і науки може здійснюватися різними шляхами, але, перш за все, за такими напрямами:

- залучення до ВНЗ працівників наукових організацій та науковими організаціями працівників ВНЗ для участі в освітній і (або) науковій діяльності;
- реалізація спільних науково-освітніх проектів, наукових досліджень та експериментальних розробок;
- створення на базі ВНЗ науковими організаціями лабораторій, що здійснюють наукову чи науково-технічну діяльність;
- створення вищими навчальними закладами на базі наукових організацій кафедр, що здійснюють освітній процес.

Проблему інтеграції можна розглянути з точки зору взаємодії наук та галузей між собою, у чому проявляється **міждисциплінарний напрям** інтеграції.

Так, М. В. Лазарева відмічає, що інтеграція виникла на фоні протилежності – диференціації наук та їхніх галузей, зростаючого об’єму знань та вимог до них у сучасних науках. Поглиблення процесу диференціації наук є однією з причин, що веде до протилежного ефекту – прагненню до цілісності, інтеграції знань із різних галузей. Інтеграція є глобальною тенденцією, оскільки характеризує процеси, що мають місце не тільки в науці, а й у всіх областях суспільної діяльності [101, с. 33].

О. Г. Каверіна, досліджуючи проблему інтеграції змісту гуманітарних і технічних дисциплін, визначає інтеграцію як процес і результат взаємодії структурних елементів гуманітарної і професійної освіти, що супроводжується зростанням системності і ущільненості знань майбутніх фахівців, удосконаленням їхньої підготовки, а також підвищенням мотивації до навчання [75, с.31].

Останнім часом усе більше уваги приділяється питанню інтеграції навчальних дисциплін між собою. Прикладом такої інтеграції, на нашу думку, може слугувати розроблений у рамках нашого дослідження спецкурс “Основи ПДС”, у якому враховано специфіку професійної діяльності майбутніх економістів.

Міжособистісний напрям інтеграції передбачає кооперацію спільних зусиль студентів між собою та з викладачем у процесі навчання, їх співпрацю та взаємодію.

Навчально-практичний напрям інтеграції вбачаємо у співробітництві ВНЗ з організаціями, установами задля покращення підготовки майбутніх фахівців,

подальшого працевлаштування випускників та забезпечення підприємств висококваліфікованими працівниками.

Отже, аналіз сучасних інтеграційних напрямів у вищій освіті дав нам змогу висунути поняття **інтеграційного освітнього середовища процесу підготовки майбутніх фахівців до професійної діяльності**, що гармонійно вписується у концепцію сучасного інформаційно-освітнього середовища ВНЗ та передбачає:

- ознайомлення студентів із сучасними досягненнями закордонних фахівців у відповідній галузі, аналіз зарубіжного досвіду вирішення тих чи інших проблем;
- запровадження професійно-орієнтованого навчання та міждисциплінарної інтеграції, набуття студентами інтегрованих знань;
- запровадження інтеграції наукової сфери та системи вищої освіти;
- створення сприятливих умов для плідної співпраці викладачів та студентів;
- запровадження взаємодії студентів та працівників підприємств і організацій з метою практичного оволодіння професією та подальшого працевлаштування, що має відбуватися під час проходження студентами практики на підприємствах, в установах, організаціях за попередньою домовленістю деканату факультету/реktorату ВНЗ (що у рамках даного дослідження не реалізовувалося).

Подальший розгляд вищезазначених тенденцій у контексті іншомовної підготовки дає нам змогу висунути поняття **“інтеграційне освітнє середовище процесу навчання майбутніх економістів ІПДС”**, розуміючи його базовою умовою, що забезпечує реалізацію сучасних інтеграційних напрямів з урахуванням специфіки іншомовної підготовки майбутніх економістів та передбачає реалізацію таких основних, на наш погляд, положень [168, с. 200]:

- запровадження професійно-орієнтованого навчання ІПДС, набуття студентами інтегрованих знань, які ми розуміємо здатністю проявити власні професійні знання, спілкуючись іноземною мовою, міждисциплінарна інтеграція змісту іншомовної підготовки зі змістом фахових дисциплін;
- запровадження інтеграції наукової сфери та професійної освіти майбутніх економістів у контексті іншомовної підготовки;
- поєднання традиційних та технічних засобів навчання;

- поєднання традиційного аудиторного навчання з елементом дистанційного навчання задля налагодження плідної співпраці між викладачем та студентом.

Спробу запровадження висунутої нами базової педагогічної умови було здійснено на основному етапі педагогічного експерименту шляхом реалізації положень, які увійшли до її складу (п. 3.1).

Наступною педагогічною умовою нами була висунута необхідність **залучення студентів до активної міжособистісної взаємодії у ситуаціях, наближених до реальної професійної діяльності.**

Ми розуміємо “ситуацію ІПДС економістів” як імовірні обставини спілкування економістів засобами іноземної мови, яке відбувається в унікальному професійно-діловому середовищі, характерному лише для даної ситуації, що вимагає від суб’єктів спілкування активізації власного досвіду міжособистісних стосунків, а також практичного інтегрованого та одномоментного застосування усіх необхідних для цього компетенцій задля вирішення встановленого завдання.

До основних ситуацій ІПДС економістів нами були віднесені такі:

- **ситуації встановлення ділових контактів/стосунків** (співбесіда при працевлаштуванні, знайомство з колегами/підлеглими/керівництвом, знайомство з іноземними партнерами, ситуації спілкування з клієнтами/споживачами, презентація підприємства/продукції іноземним партнерам/споживачам, різноманітні ситуації прямого чи опосередкованого спілкування з метою встановлення ділових контактів);
- **ситуації спілкування у повсякденній професійній діяльності** (обговорення професійних питань, виступи з доповідями, планами, повідомленнями, пропозиціями, участь у дискусіях, нарадах, робочих засіданнях, телефонні розмови, розгляд скарг та пропозицій від споживачів чи партнерів по бізнесу, обговорення контрактів, угод, умов ведення економічної діяльності тощо);
- **ситуації міжнародних економічних конференцій, форумів** (підготовка та виступи з доповідями, промовами, участь в обговоренні дискусійних питань з іноземними колегами, обговорення наукових матеріалів, новин зі світу економіки, останніх економічних тенденцій, що мають місце в економіці різних країн світу).

Реалізацію даної умови було передбачено на основному етапі педагогічного експерименту під час опанування студентами факультативного спецкурсу “Основи ПДС”, у рамках якого акцентувалося широке запровадження дискусій, ділових ігор, рольвих відтворень діалогів у парах/групах у різноманітних спроектованих ситуаціях (п. 3.1).

Нарешті, вагомою умовою у нашому дослідженні було проголошено **сприяння зацікавленості майбутніх економістів до опанування ПДС**, реалізацію якої було розпочато ще під час планування педагогічного експерименту.

Так, з метою визначення інтересів та побажань студентів нами було сформульовано ряд запитань для анкетування (**Додаток А**), у якому на добровільній основі взяли участь студенти 1 курсу Інституту бізнесу, економіки та інформаційних технологій Одеського національного політехнічного університету (68 осіб) за спеціальностями “економіка підприємства”, “маркетинг”, “менеджмент”. Анкетування проводилося наприкінці навчального року, коли студенти вже мали достатні уявлення про іноземну мову як навчальну дисципліну, а також могли назвати свої труднощі та пропозиції.

Як показало опитування, більшість студентів (59 осіб) визнали важливість володіння іноземною мовою у професійній діяльності економіста, що становить 86,76% від загальної кількості опитуваних.

53 респонденти (77,94%) висловилися, що планують використовувати іноземну мову у подальшій професійній діяльності. Відповідь “можливо” обрали 15 осіб (22,05%). Такі показники засвідчують усвідомлення важливості іншомовного спілкування для фахівців економіки, розуміння, що обрані спеціальності передбачають спілкування з людьми.

Додатково ми звернулися до студентів із запитанням, для чого економістам може знадобитися знання іноземної мови у подальшій професійній діяльності. Серед відповідей було почуто такі: “Для ведення ділових переговорів.”, “Для спілкування під час ділових подорожей.”, “Для перегляду новин економіки на закордонних телеканалах.”, “Для здійснення ділового листування.”, “У випадку працевлаштування за кордоном.”, “Для спілкування з іноземними клієнтами.”, “Для

спілкування за телефоном.” й ін. Дані відповіді свідчили, що студенти вважають важливим як усне, так і писемне спілкування. Однак, кількість наданих прикладів усного спілкування помітно перевищила писемне, що знайшло відображення у відповідях на третє запитання анкети стосовно пріоритету усної чи писемної комунікації або їх рівновазі: 54,41% (37 опитуваних) віддали перевагу усному спілкуванню, у той час, як писемному лише 13,23% (9 осіб), 32,35% (22 особи) висловилися за рівновагу, що у цілому засвідчило дещо недооцінену роль ділового листування, читання ділової кореспонденції, читання наукових статей й інших текстових матеріалів.

Близько 63,23% опитуваних висловилися, що лише частково задоволені власною здатністю спілкуватися іноземною мовою у професійному контексті (43 особи), незадоволених власними досягненнями виявилися 26,47% (18 осіб). Решта опитуваних, 7 осіб (10,29%), висловили задоволення власною здатністю до спілкування, але підтримали необхідність подальшого вдосконалення.

Відповідаючи на запитання щодо найбільш складних видів іншомовної мовленнєвої діяльності, 17 респондентів відзначили складність говоріння на іноземній мові (25,0%), розуміння іншомовного мовлення на слух обрали 27 осіб (39,70%), читанню та письму віддали найвищу складність 10 осіб (14,70%) та 14 осіб (20,58%) відповідно. Таким чином, на думку опитуваних, сприймати та розуміти інформацію від інших людей чи джерел складніше ніж продукувати свою. Водночас, серед рецептивних видів ІМД маємо відмітити помітний розрив в оцінці складності читання та аудіювання, що можна пояснити можливістю перечитати текст вдруге за потреби, звернутися до довідкових джерел для перекладу, у той час, як при аудіюванні у більшості випадків потрібно відразу зрозуміти зміст почутого повідомлення.

Важливим питанням, яке потрібно було з'ясувати, був аспект виникнення у студентів труднощів у використанні чи розумінні англомовних професійних термінів під час спілкування. Позитивну відповідь обрали 47 осіб (69,11%), негативних відповідей не було. Решта респондентів, 21 особа (30,88%), вказали, що інколи мають труднощі при зіткненні з професійною термінологією іноземною

мовою, що висуває необхідність збільшення уваги до даного аспекту у рамках іншомовної підготовки майбутніх фахівців економіки.

Серед завдань, які викликають на практичних заняттях найбільший інтерес, студенти назвали “переказ тексту”, “переклад тексту”, “виконання тестів”, “робота з граматиною”, “читання”, “аудіювання”, “розмовна частина” – однак, студенти зауважили, що обирали лише серед тих завдань, що зазвичай запроваджуються. Час від часу опитувані вказували на певну одноманітність вивчення граматики чи письмового перекладу текстів. Звідси ми робимо висновок, що інтерес викликали лише аудіювання та “розмовна частина”. Однак, заслуговують уваги й такі відповіді-побажання опитуваних, як “спілкування зі спеціалістом з професійної діяльності”, “обговорення”, “дискусія”. Таких завдань, як ділова гра, рольове відтворення діалогів відповідно до ситуації, перегляд відеоматеріалів, складання ділових листів чи обговорення сучасних подій економіки не було названо, що засвідчило те, що студенти рідко зіштовхувалися з такими видами роботи.

Опитувані погодилися, що навчання з використанням комп’ютерів та мережі Інтернет викликає більшу зацікавленість, ніж за відсутності цих засобів.

За відповідями більшості респондентів, 89,70% (61 особа), співпраця з викладачем у позааудиторний час, можливість дистанційно отримати пояснення з незрозумілих питань є цікавою для них; 7 осіб висловили невизначеність стосовно даної перспективи (10,29%). Негативних відповідей не було.

Усі опитувані виявили зацікавленість до вивчення основних відомостей економічного устрою різних країн, особливостей ділових стосунків у цих країнах, вивчення стратегій спілкування, ознайомлення з діяльністю основних міжнародних фінансово-економічних організацій.

Додатково було проведено бесіди з викладачами кафедр Інституту бізнесу, економіки та інформаційних технологій Одеського національного політехнічного університету: кафедри економіки підприємств, кафедри менеджменту імені І.П. Продиуса, кафедри маркетингу (8 осіб), а також зі співробітниками Інституту проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України (6 осіб) щодо важливості знання іноземної мови у професійній діяльності економіста. Більшість

співрозмовників поділилися власним досвідом, що у професійній діяльності їм доводилося використовувати іноземну мову для досягнення різноманітних цілей. Так, викладачами та науковцями було визнано важливість умінь спілкування віч-на-віч під час міжнародних конференцій, економічних симпозіумів. Важливою була визнана здатність читати наукові статті іноземною мовою, ділові документи, складати наукові статті до закордонних видань, дивитися закордонні новини економіки для аналізування сучасних проблем та тенденцій. Було підтримано актуальність налагодження інтеграції науки та іншомовної підготовки студентів шляхом практичної співпраці викладача з науковцями у даній області.

У ході бесід з викладачами кафедри іноземних мов Одеського національного політехнічного університету, кафедри іноземних мов Одеської національної академії зв'язку імені О.С. Попова, кафедри іноземних мов Одеського національного економічного університету (12 осіб) співрозмовниками було висловлено думку щодо важливості посилення соціокультурного компонента в іншомовній підготовці студентів-економістів, поглибленого вивчення професійної термінології англійською мовою, важливості розкриття аспектів міжособистісної взаємодії.

Викладачами було схвалено нашу ініціативу запровадження елементу дистанційного навчання шляхом виконання студентами ряду домашніх завдань у дистанційному режимі. Серед переваг такої взаємодії були вказані, зокрема, забезпечення оперативного спілкування у позааудиторний час, що, з одного боку, зменшить витрати часу на перевірку домашніх завдань, а з іншого, – сприятиме зацікавленості студентів до навчання. Однак, ми погоджуємося з опитуваними, що дистанційний елемент може запроваджуватися виключно за умови особистої згоди викладача та студентів, а також за наявності відповідних технічних можливостей.

Зацікавленості студентів до вивчення іноземної мови, за пропозицією викладачів, сприятиме використання комп'ютерних технологій, мережі Інтернет, відеоматеріалів у вільному доступі. Було підкреслено необхідність спонукання студентів до спілкування під час занять, усунення одноманітних мовних вправ, натомість акцентування мовних аспектів під час спілкування студентів, тобто під час здійснення ними мовленнєвої діяльності.

Підтримуючи наші пропозиції, опитувані були спільні у думці, що співпраця науковців у галузі економіки та викладачів іноземної мови ВНЗ буде новим позитивним кроком до збагачення змісту іншомовної підготовки, посилення професійної спрямованості.

Виходячи з результатів опитування, було зроблено висновок, що зацікавленості до опанування ІПДС сприятиме запровадження комунікативних завдань, дискусій, аналізу сучасних подій економіки, перегляду відеоматеріалів з використанням мережі Інтернет тощо. Постало необхідним посилення професійної спрямованості та поживлення процесу навчання, широке запровадження сучасних технічних засобів навчання, забезпечення відповідності змісту навчання економічним тенденціям сьогодення.

Урахування інтересів та побажань опитуваних знайшло своє втілення на основному етапі педагогічного експерименту у рамках факультативного спецкурсу “Основи ІПДС”, до змісту якого було включено широке коло відеоматеріалів онлайн, наукових статей, дискусійних питань, уведено елемент дистанційного навчання тощо (п. 3.1.).

Таким чином, на основі аналізу наукових джерел, результатів анкетування студентів, бесід з викладачами іноземної мови, фахових дисциплін та науковцями-економістами в якості педагогічних умов нами було висунуто такі: запровадження інтеграційного освітнього середовища у процес навчання майбутніх економістів ІПДС як базової умови, що засновується на сучасних інтеграційних тенденціях в освіті, розглядаючи їх у контексті іншомовної підготовки студентів, та передбачає запровадження низки положень (запровадження професійно-орієнтованого навчання ІПДС, запровадження інтеграції наукової сфери та професійної освіти майбутніх економістів у контексті іншомовної підготовки, поєднання традиційних та технічних засобів навчання, поєднання традиційного аудиторного навчання з елементом дистанційного навчання); залучення студентів до активної міжособистісної взаємодії у ситуаціях, наближених до реальної професійної діяльності; сприяння зацікавленості студентів до опанування ІПДС.

2.3. Сучасний стан проблеми формування іншомовного ділового спілкування у майбутніх економістів у процесі вивчення професійно-орієнтованих дисциплін

Необхідність розв'язання порушених у дослідженні проблем та перевірки гіпотези дослідження зумовила проведення педагогічного експерименту з апробації авторської моделі формування ІПДС у майбутніх економістів у процесі вивчення професійно-орієнтованих дисциплін, до якого було залучено 176 студентів другого курсу денної форми навчання Інституту бізнесу, економіки та інформаційних технологій Одеського національного політехнічного університету (2013/14 н.р.), які здобували освіту за спеціальностями 6.030504 “економіка підприємства”, 6.030507 “маркетинг”, 6.030601 “менеджмент”. До контрольної групи (КГ) та експериментальної групи (ЕГ) увійшли 81 та 95 осіб відповідно.

Важливою передумовою проведення педагогічного експерименту виступила необхідність з'ясування критеріїв та показників, за якими має реалізовуватися діагностика здатності студентів до здійснення ІПДС, а також розробка відповідних методик для виміру встановлених показників.

Так, довідкова література визначає поняття “критерій” (від грецьк. *kriterion* – засіб для судження) як ознаку, на основі якої здійснюється оцінка, визначення або класифікація чогось. Однак, розробка критеріїв тих чи інших явищ в педагогіці викликає певні труднощі, оскільки сам предмет педагогіки є складним та різноманітним у своїх проявах [78, с. 149].

У психолого-педагогічних дослідженнях спостерігаються різні погляди щодо визначення критеріїв вимірювання результатів навчальної діяльності студентів та сформованості у них тих чи інших особистісних якостей.

Так, І. Д. Ярощук висуває такі компоненти та критерії готовності майбутнього економіста до професійного спілкування: мотиваційний (професійно-економічна спрямованість особистості студента та прагнення до реалізації власних можливостей у спілкуванні); змістовий (інформаційна обізнаність і ступінь засвоєння системи комунікативних знань в контексті вивчення гуманітарних і фахових дисциплін); операційно-процесуальний (практична підготовленість і планування власних

комунікативних дій з метою вирішення завдань майбутньої професійної діяльності) [222, с. 149].

К. Г. Вишнеvsька обґрунтовує критерії та показники оцінювання рівня розвитку професійно спрямованого іноземного мовлення майбутніх фахівців економічного профілю, серед яких: мотиваційний (ставлення студентів до вивчення професійно спрямованої іноземної мови; наявність інтересу до оволодіння іноземним мовленням, потреба і бажання вивчати іноземну мову професійної спрямованості), когнітивний (розуміння студентами текстів іноземною мовою; словниковий запас іноземної лексики професійної спрямованості; фонетична правильність вимови звуків та звукосполучень іноземної мови; граматична правильність мовлення; зв'язність мовлення (діалог, монолог)), комунікативний (наявність комунікативних умінь у мовленні; комунікативна активність; комунікативна ініціативність; наявність мовних і немовних засобів виразності), рефлексивно-емоційний (наявність взаємоконтролю та самооцінки іноземного мовлення; наявність самоконтролю та самооцінки іноземного мовлення) [32, с. 8].

Спираючись на обґрунтовану у дисертації сутність ПДКК як основи здатності економіста до здійснення ПДС, а також враховуючи важливу роль мотивації у навчальній діяльності, нами було висунуто критерії, за якими, на нашу думку, слід вимірювати здатність майбутніх економістів до здійснення ПДС: мотиваційний та комунікативно-практичний, що проілюстровано таблицею 2.1.

Мотивацію у психолого-педагогічних джерелах зазвичай визначають як “сукупність стійких мотивів, настанов, які визначають зміст, спрямованість та характер діяльності особистості, її поведінку” [78, с. 149], “запускний механізм” будь-якої людської діяльності [115, с. 32].

Науковцями визнається, що навчальна мотивація відноситься до суб'єктивних якостей того, хто навчається. Вона визначається його особистими ставленнями, спонуканнями та потребами, що спричиняє труднощі для її формування, адже той, хто навчає може вплинути на неї лише опосередковано, створюючи передумови для виникнення особистої зацікавленості у тих, хто навчається [115, с. 33].

Критерії та показники здатності майбутніх економістів до здійснення ІПДС

Критерії	Показники
Мотиваційний (персональна мотивація особи)	<ul style="list-style-type: none"> - наявність зацікавленості до опанування ІПДС; - усвідомлення важливості володіння іноземною мовою для професійної діяльності економіста; - бажання використовувати іноземну мову у подальшій професійній діяльності;
Комунікативно-практичний (сформованість ІПДКК особи)	<ul style="list-style-type: none"> - лінгвістично-мовленнєвий – сформована здатність до практичного застосування системи іноземної мови під час говоріння, аудіювання, читання та письма, сформованість лінгвістично-мовленнєвої компетенції; - професійний – здатність застосовувати власні професійні знання у процесі ІПДС, сформованість професійно-предметної компетенції; - соціокультурний – обізнаність щодо соціокультурного аспекту ділових стосунків з іноземними партнерами, сформованість ділової соціокультурної компетенції; - інтеракційний – здатність до ефективної міжособистісної взаємодії у професійній діяльності засобами іноземної мови, сформованість інтеракційної компетенції.

Тож, у нашому дослідженні ми розуміємо “мотивацію майбутніх економістів до опанування ІПДС” як персональне ставлення особи, обумовлене наявністю різноманітних факторів (зовнішніх та/або внутрішніх), які детермінують її бажання опанувати іноземну мову, ІПДС та формують її особисте ставлення до необхідності здійснення ІПДС у майбутній професійній діяльності.

На нашу думку, об’єктивними показниками мотивації студентів є: усвідомлення важливості володіння іноземною мовою для професійної діяльності

економіста; бажання використовувати іноземну мову у подальшій професійній діяльності; наявність зацікавленості до опанування ІПДС як ключового показника мотивації студентів у рамках їхньої навчальної діяльності у ВНЗ, адже, за підсумками психологічних досліджень, третє місце серед причин, які ускладнюють іншомовну підготовку студентів 1-2 курсів (після побутових причин та надмірної складності завдань) посідають “нецікаві завдання, які пропонує викладач” [27, с. 10].

Зауважимо, однак, що з нашої точки зору будь-які вимірювання мотивації у контексті проблематики дослідження не можуть вважатися вичерпними для діагностики здатності студентів до здійснення ІПДС, адже наявність суто мотивації не зможе забезпечити його ефективний перебіг. До того ж, реальна професійна діяльність вимагатиме від економістів оперативної участі в ІПДС для вирішення конкретних завдань, незважаючи на особистісні ставлення, погляди чи проблеми, які торкаються внутрішнього світу людини [134, с. 515].

Отже, ми констатуємо пріоритет комунікативно-практичного критерію здатності майбутніх економістів до здійснення ІПДС, запровадження відповідної методики вимірювання якого забезпечуватиме об’єктивну діагностику, непідвладну впливу тих чи інших внутрішніх особистісних факторів, яка відобразить реальний стан сформованості ІПДКК у сукупності відповідних компонентів – комунікативних компетенцій.

Важливим постає питання, до якого рівня слід довести сформованість ІПДКК у майбутніх економістів. У даному питанні ми спиралися на положення, прийняті у методиці навчання англійської мови для ділового спілкування [203], і, застосовуючи їх у світлі даного дослідження, зробили припущення, що ІПДКК у своєму розвитку має досягнути мінімально необхідного рівня, який зможе задовольнити потреби у спілкуванні іноземною мовою для вирішення робочих завдань у майбутній професійній діяльності – “рівня комунікативної достатності, який припускає прогалини у володінні мовним матеріалом, мовленнєвими навичками та вміннями, що не перешкоджає адекватній комунікації у відібраних для навчання сферах спілкування” [203, с. 38 – 40].

Положення про рівень комунікативної достатності у навчанні мови, розроблене Є.П. Шубіним, базується на тому, що даний рівень забезпечує прийом та передачу інформації на тій чи іншій мові тільки у заданих комунікативних умовах (сфери навчання, перелік тем та ситуацій). При цьому, повідомлення, що продукуються, можуть містити практично будь-які відхилення від норми, якщо вони не перешкоджають правильному розумінню мовлення [203, с. 38]. У зв'язку із цим необхідно визначити обмежений інвентар-мінімум типових комунікативних ситуацій, найбільш імовірних та значущих при іншомовному письмово-мовленнєвому та усно-мовленнєвому спілкуванні випускника ВНЗ у ході виконання ним за допомогою даного спілкування своїх професійних функцій [203, с. 38 – 39].

Спираючись на методику навчання англійської мови для ділового спілкування [203], а також враховуючи положення Програми з англійської мови для професійного спілкування [171] та Загальноєвропейські рекомендації з мовної освіти [64], нами було висунуто та охарактеризовано відповідні рівні сформованості ІПДКК у студентів економічного профілю: мінімальний, за відсутності якого процес ІПДС не може здійснюватися належним чином, середній, який відображає проміжну здатність до здійснення ІПДС, а також високий, що засвідчує розвинуту, безперешкодну здатність до здійснення ІПДС (Додаток Ж).

Таким чином, організація педагогічного експерименту охоплювала такі етапи:

- *констатувальний етап*, який передбачав з'ясування існуючого стану проблеми на практиці: визначення наявного рівня зацікавленості студентів до опанування ІПДС як показника мотивації студентів у рамках їхньої навчальної діяльності у ВНЗ, а також наявного рівня сформованості ІПДКК як основи здатності студентів до здійснення ІПДС;
- *основний етап*, мета якого полягала у формуванні ІПДКК студентів на засадах розробленої моделі;
- *контрольно-узагальнюючий етап*, який передбачав здійснення контрольної діагностики досягнень студентів, моніторинг результатів.

Першим кроком у рамках констатувального етапу було визначення наявного рівня зацікавленості студентів як ключового показника мотивації.

Перед здійсненням діагностики ми роз'яснили її мету, а також стисло розкрили сутність поняття “іншомовне професійно-ділове спілкування” – складний процес міжособистісної професійно-ділової взаємодії, що здійснюється іноземною мовою та вимагає від сторін спілкування активного прояву власних професійних знань та якостей з метою встановлення ділових контактів, налагодження ефективного співробітництва для вирішення широкого ряду завдань у межах професійної діяльності економістів.

Аналіз самооцінки щодо відповідей на сформульоване нами запитання “*Чи зацікавлені Ви щодо вивчення іноземної мови та опанування основ іншомовного професійно-ділового спілкування?*” (Додаток Б) дозволив визначити загальний *індекс зацікавленості*, який було розраховано за формулою [221, с. 367]:

$$I = (a(+1) + b(+0,5) + c(0) + d(-0,5) + e(-1)) : N, \text{ де}$$

I – індекс зацікавленості;

N – загальна кількість респондентів;

a – кількість максимально зацікавлених студентів;

b – кількість зацікавлених студентів;

c – кількість невизначених, байдужих студентів;

d – кількість незацікавлених студентів;

e – кількість максимально незацікавлених студентів.

Для обчислення індексу зацікавленості відповідям студентів було привласнено умовні чисельні значення від +1 до –1, шкала яких відповідала наступним проявам:

+1 – максимальна зацікавленість;

+0,5 – зацікавленість;

0 – невизначене чи байдуже ставлення;

–0,5 – незацікавленість;

–1 – максимальна незацікавленість.

За результатами обробки емпіричних даних нами було визначено, що індекси зацікавленості груп КГ та ЕГ на момент констатувального етапу експерименту становили 0,574 та 0,568 відповідно (табл. 2.2).

Показники індексу зацікавленості студентів КГ та ЕГ (констатувальний етап)

Критерій: мотиваційний Показник: зацікавленість студентів до опанування ІПДС	Кількість відповідей/ частка від загальної кількості відповідей, %	
	КГ	ЕГ
Кількість опитуваних	81	95
Максимальна зацікавленість	23/28,40%	27/28,42%
Зацікавленість	47/58,03%	54/56,85%
Невизначеність/байдужість	11/13,57%	14/14,73%
Незацікавленість	-	-
Максимальна незацікавленість	-	-
Індекс зацікавленості групи	0,574	0,568

Отже, за результатами констатувальної діагностики було виявлено приблизно однаковий та досить високий рівень зацікавленості у КГ та ЕГ, що можна пояснити тим, що студенти економічних спеціальностей, зазвичай, є більш свідомими до вивчення іноземної мови, адже розуміють, що це важливо для налагодження співробітництва з іноземними партнерами, відкриває більше можливостей для працевлаштування, у т.ч. за кордоном.

Рисунок 2.3 ілюструє співвідношення студентів КГ та ЕГ за рівнем зацікавленості на констатувальному етапі експерименту.

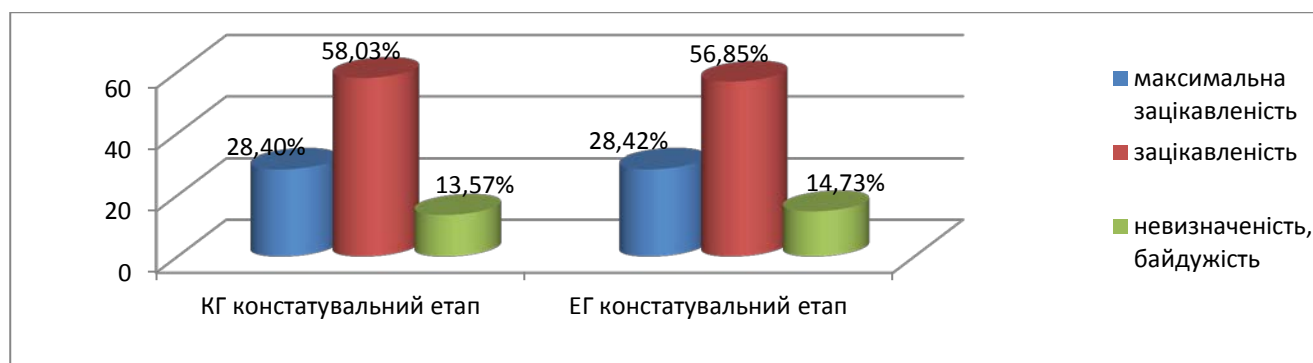


Рис. 2.3. Зацікавленість студентів КГ та ЕГ на констатувальному етапі

Однак, у рамках даного дослідження діагностика зацікавленості вважалася допоміжною ланкою, у той час як контролю рівнів сформованості ПДКК студентів, яка відповідає за практичний бік комунікації, було надано першорядного значення.

Плануючи перевірку рівнів сформованості ПДКК, ми усвідомлювали, що неодмінною умовою контролю має виступати його професійна спрямованість, що сприяє підвищенню мотивації пізнавальної діяльності студентів [98]. Тож, контроль має здійснюватися на основі актуальних матеріалів, які є змістовними та водночас цікавими для студентів. Контрольні завдання мають об'єктивно відображати досягнення студентів на основі чіткої методики оцінювання результатів.

Під час підготовки матеріалів та завдань для контролю наявного рівня ПДКК у студентів ми виходили з того, що ПДКК являє собою складний інтегрований феномен, компонентами якого виступають лінгвістична, ділова соціокультурна, професійно-предметна та інтеракційна компетенції, що обумовило проведення контролю за чотирма підетапами відповідно до зазначених комунікативних компетенцій (**Додаток В**).

Користування словниками або будь-якими іншими довідковими джерелами та засобами (у т.ч. електронними), які могли вплинути на об'єктивність результатів, під час проведення контролю було заборонено.

Враховуючи Програму з англійської мови для професійного спілкування та Загальноєвропейські рекомендації з мовної освіти [64; 171], у рамках виявлення наявного рівня *лінгвістично-мовленнєвої компетенції* було зроблено акцент на практичну сторону володіння мовою, адже сам процес спілкування являє собою живу та динамічну взаємодію людей між собою. Саме тому вимірювання даної компетенції мало на увазі з'ясування рівня володіння основними видами ІМД: говорінням, аудіюванням, читанням та письмом.

Для реалізації контролю продуктивних видів діяльності (говоріння та письмо) ми частково взяли за основу методичні розробки О.Б.Тарнопольського та С.П. Кожушко стосовно контролю цих видів ІМД, застосувавши такі положення [203, с. 137 – 138]:

- Навички та вміння у продуктивних видах мовленнєвої діяльності недоцільно перевіряти за допомогою стандартизованих тестів, подібно до тих, які застосовуються для перевірки розуміння при читанні або слуханні, або при перевірці лексичних та граматичних навичок.
- Письмо та говоріння студентів потрібно оцінювати на основі складання письмових матеріалів (написання ділових листів чи документів/ текстів ділових промов, звітів, повідомлень) тощо (письмо) або на основі участі студентів в усних діалогах, ділових іграх, їх виступів з монологічними промовами тощо (говоріння).
- Оцінювання на основі чітко сформульованих критеріїв, які охоплюють різні характеристики говоріння або письма, та відповідної шкали балів за кожним критерієм.

Таким чином, при перевірці *говоріння* кожен студент мав індивідуально виступити зі спонтанним повідомленням у монологічній формі на одну з запропонованих нами тем, а також дати свої відповіді на додаткові запитання (2 – 4 запитання) стосовно теми промови.

Оцінювання монологічного мовлення було обрано нами з тієї причини, що, на нашу думку, саме такий вид мовлення повніше розкриває можливості мовця та його рівень володіння мовою, насамперед у таких аспектах, як послідовність, зв'язність, темп мовлення, правильність тощо. Однак, здатність до ведення діалогу виявлялася у процесі відповідей на запитання, що ставилися студентам.

Говоріння студентів оцінювалося за сьома ознаками, які передбачали: (1) відповідність висловлювань заданій темі та поставленим запитанням, повнота розкриття теми; (2) достатній темп та вільність мовлення; (3) відносна правильність мовлення (допускалося ігнорування комунікативно незначущих помилок, тобто таких, які не ускладнювали розуміння висловлювань студентів); (4) логічна зв'язність висловлювань, у тому числі така, що виявлялася мовними засобами (however, first of all, next, on the contrary, but, and й ін.); (5) різноманіття граматики та лексики в арсеналі студента; (6) об'єм говоріння не менше 12 речень; (7) правильне розуміння на слух додаткових запитань.

Висловлювання студентів оцінювалися за десятибальною шкалою за кожною ознакою, отже максимум становив 70 балів.

Такий самий спосіб оцінювання було використано при перевірці рівня володіння *письмом*, для виявлення якого студентам було надано 30 хвилин для написання розгорнутої відповіді стосовно одного з двох варіантів професійно-спрямованих запитань.

Перевірка письмових матеріалів здійснювалася за наступними шістьма ознаками: (1) відповідність заданій темі, повнота розкриття теми; (2) відносна граматична, лексична, синтаксична та орфографічна правильність; (3) логічна зв'язність висловлювань, у тому числі така, що виявлялася мовними засобами (however, first of all, next, on the contrary, but, and й ін.); (4) різноманіття використаної граматики та лексики, використання іншомовної професійної термінології; (5) чіткість та конкретність у формулюванні письмових висловлювань; (6) обсяг письмового тексту не менше 10 речень.

Подібно до перевірки говоріння, за кожною ознакою оцінювання письма можливо було надати до 10 балів, тож максимум становив 60 балів.

Наступним кроком у перевірці лінгвістично-мовленнєвої компетенції було виявлення здатності до *аудіювання*.

Так, нами було запропоновано скористатися мережею Інтернет для он-лайн перегляду професійно спрямованого відеоматеріалу з архіву телеканалу Euronews. Ми обрали випуск програми "Focus", "Europe's foreign investment forecast" від 25/06/12, тривалістю 05:11 хв., розміщений у вільному доступі.

Після перегляду відеоматеріалу студенти дали письмові відповіді на 10 запитань, спрямованих на перевірку розуміння побаченого. Запитання були однаковими для всіх та пропонувалися у письмовій формі на роздаткових аркушах. При цьому, підтримуючи позицію О.Б. Тарнопольського, С.П. Кожушко, ми надали студентам можливість самостійно обрати мову відповіді, оскільки у даному випадку перевірялося **лише їх розуміння** прослуханого та переглянутого матеріалу. Отже, кожен міг обрати ту мову, на якій легше висловити власні думки для того, щоб, даючи відповіді на запитання, не відволікатися на мовну форму висловлювання.

Кожна правильна відповідь оцінювалася в один бал, тож максимум – 10 балів.

Останнім кроком у перевірці рівня лінгвістично-мовленнєвої компетенції було виявлення здатності **читання** професійно-спрямованих текстів.

Так, студентам було надано до 15 хвилин на вивчаюче читання автентичного тексту з мережі Інтернет: http://en.wikipedia.org/wiki/Economy_of_Asia, розміщеного у вільному доступі, з подальшими відповідями на 10 контрольних запитань, кожне з яких оцінювалося в один бал, тож максимальна оцінка становила 10 балів. Відповідати на запитання було потрібно, застосовуючи українську або російську мову за власним вибором. Підтримуючи позицію О.Б. Тарнопольського, С.П. Кожушко, ми вважаємо, що саме такий спосіб відповідей усуває можливість надавання правильних відповідей англійською мовою шляхом їх списування із тексту при відсутності повного та точного його розуміння.

Таким чином, максимальна кількість балів за кожним видом ІМД становила: говоріння – 70, письмо – 60, аудіювання та читання – по 10 балів. У цілому максимум за лінгвістично-мовленнєвою компетенцією становив 150 балів.

Спираючись на методику оцінювання, запропоновану О.Б. Тарнопольським та С.П. Кожушко, нами було умовно прийнято, що мінімальний рівень сформованості даної компетенції може вважатися досягнутим, якщо отримано не менше 50% від максимальної кількості балів, тобто 75 – 100 балів. Середній рівень відповідав 101 – 125 балам, а високий – 126 – 150 балам зі 150 можливих.

Усі інші результати, нижчі за 50%, розглядалися показником того, що студент поки що не досяг мінімального рівня сформованості лінгвістично-мовленнєвої компетенції як компонента ІПДКК.

Наступним кроком у рамках констатувального етапу експерименту було виявлення наявного рівня сформованості **професійно-предметної компетенції**, яка відображається у здатності до використання професійної термінології під час здійснення ІПДС, а отже можна говорити про певний рівень її сформованості, якщо студент здатен: застосовувати професійні економічні терміни та поняття у процесі говоріння та письма іноземною мовою; розуміти їх у процесі аудіюванні та читанні.

Відмінність даної перевірки від попереднього вимірювання лінгвістично-мовленнєвої компетенції полягала у тому, що у даному випадку акцентувалося володіння студентами іншомовними професійними термінами, а також розуміння професійного аспекту пред'явлених матеріалів, у той час як загальна здатність до аудіювання, говоріння, читання і письма, хоча також на базі професійно-орієнтованих матеріалів, перевірялася під час виявлення рівня лінгвістично-мовленнєвої компетенції.

Для здійснення вимірювання професійно-предметної компетенції нами було розроблено комплекс відповідних контрольних завдань.

Так, визначення розуміння термінів при аудіюванні було здійснено шляхом одноразового пред'явлення до уваги студентів усного повідомлення англійською мовою, по завершенні якого студенти мали письмово виконати низку завдань, що і відображало їх здатність до розуміння професійних термінів при аудіюванні та загальне розуміння прослуханого матеріалу.

Друкований варіант повідомлення (який студентам не надавався) та відповідні завдання наведено у **Додатку В** в якості ілюстрації.

Для оцінювання відповідей на запропоновані запитання (загальним обсягом 10) нами було умовно обрано 10-бальну шкалу, у межах якої одна правильна відповідь оцінювалася в 1 бал. Таким чином, загальна максимальна оцінка професійно-предметної компетенції при аудіюванні становила 10 балів.

Наступним кроком було здійснено інтегровану перевірку професійно-предметної компетенції при читанні та письмі. Відомо, що для фахівців у галузі економіки є важливим уміння читати та аналізувати професійні текстові матеріали: актуальні економічні новини із закордонних періодичних видань, наукові публікації колег-економістів, різноманітні професійні текстові документи тощо. Здатність брати участь в опосередкованому спілкуванні шляхом письмового продукування професійно значущої інформації також є значущою.

Так, для перевірки професійно-предметної компетенції при читанні та письмі студентам було запропоновано наукову англomовну статтю з проблем економіки (джерело: *Strupynska, N.V. Corporate social responsibility: what does it mean?/ N.V.*

Strupynska// Економіка розвитку. – 2011. – № 4. – С. 9 – 12.), присвячену актуальному питанню сучасної організації бізнесу. Статтю було пред'явлено у скороченому обсязі та відведено 20-25 хвилин для ознайомлення з матеріалом. Запитання із перевірки загального розуміння професійного тексту при читанні, як і у випадку перевірки лінгвістично-мовленнєвої компетенції, було сформульовано українською мовою для виключення можливості списування правильних відповідей з тексту без точного його розуміння. Відповідаючи, студенти обирали мову за власним бажанням. Було передбачено й інші контрольні завдання, такі як надання еквівалентів рідною мовою до англomовних економічних термінів з тексту, письмове розкриття сутності, надання визначення або власного розуміння наведених професійних понять тощо. Кількість запитань із перевірки розуміння прочитаного тексту, фахових термінів та понять дорівнювала 20, які оцінювалися в один бал, отже, максимальний поріг оцінки становив 20 балів.

З метою перевірки професійно-предметної компетенції при письмі в якості творчого завдання студентам було запропоновано висловити власні пропозиції щодо імовірної соціальної кампанії (за власним вибором), застосовуючи професійні терміни з опорою на текст статті. Обсяг відповіді не обмежувався, але мав становити не менше 10 розгорнутих речень.

Для оперативного оцінювання професійно-предметної компетенції при письмі нами було висунуто ознаки, які оцінювалися за висунутою нами умовною шкалою **„Так” – 2 бали/ „Частково” – 1 бал/ „Ні” – 0 балів:**

1. Чи зміг студент загально впоратися із завданням, виявити власний професійно-творчий потенціал: задовільний обсяг письмового матеріалу, професійна значущість, письмове виявлення та обґрунтування власних пропозицій тощо?
2. Чи виявив студент загальну відносну граматичну, лексичну, синтаксичну та орфографічну правильність письмових висловлювань?
3. Чи виявив студент логічну зв'язність, чіткість та конкретність у формулюванні письмових висловлювань?
4. Чи виявив студент здатність письмово оперувати економічними поняттями, асоційованими із даною проблематикою?

5. Чи виявив студент відсутність орфографічних помилок у написанні англомовних економічних термінів?

Отже, максимально можлива кількість балів дорівнювала десяти.

Останньою перевірялася здатність продукування професійних термінів при говорінні. З цією метою студентам було запропоновано виступити зі спонтанним коротким монологічним повідомленням на один із двох варіантів сформульованих нами тем з переліком відповідних англомовних економічних термінів, які необхідно було застосувати у власному мовленні при розкритті даної теми, а також пояснити англійською сутність будь-яких двох із них на вимогу екзаменатора. На оміркування власної відповіді було надано 10 хвилин. При цьому, перед нами постало завдання оцінити говоріння студентів оперативно та об'єктивно, тож ми послуговувалися висунутою нами умовною шкалою **“Так” – 2 бали/ “Частково” – 1 бал/ “Ні” – 0 балів** та наступними п'ятьма ознаками:

1. Чи використав студент під час усної доповіді всі запропоновані професійні терміни та вирази?
2. Чи був достатнім обсяг відповіді студента для розкриття питання?
3. Чи достатньо вільним було оперування професійними термінами при говорінні?
4. Чи зміг студент пояснити англійською мовою вказані екзаменатором терміни?
5. Чи виявив студент відсутність фонетичних/фонологічних помилок при продукуванні англомовних професійних термінів під час говоріння?

Отже, максимум за даним завданням становив 10 балів, а загальний максимум за результатами перевірки професійно-предметної компетенції – 50 балів.

Було передбачено, що мінімальний рівень сформованості даної компетенції досягнуто у випадку отримання не менше 50% від максимальної кількості балів, тобто 25 – 32 бали. Середній рівень відповідав 33 – 42 балам, а високий – 43 – 50 балам з 50 можливих.

Усі інші результати, нижчі за 50%, засвідчували недосягнення мінімального рівня сформованості професійно-предметної компетенції як компонента ПДКК.

Наступним кроком у рамках констатувального зрізу було виявлення наявного рівня сформованості *ділової соціокультурної компетенції* як важливого

компонента ПДКК, метою якого було визначити існуючий загальний стан обізнаності студентів з питань економічного устрою, історії економічного розвитку, зовнішньоекономічних пріоритетів різних держав (країнознавчий аспект), а також наявними знаннями особливостей мовленнєвої та немовленнєвої поведінки носіїв різних культур (лінгвокраїнознавчий аспект).

З метою здійснення даної перевірки нами було розроблено низку письмових завдань англійською мовою. Зазначимо, що під час підготовки та складання завдань ми зіштовхнулися з величезним обсягом соціокультурної інформації, яку, на нашу думку, мають знати фахівці економіки. Але перед нами постала проблема складності здійснення вичерпної перевірки без завеликих витрат часу та перенавантаження студентів. Саме тому ми зупинилися на доцільності складання комплексу зі 100 контрольних запитань (**Додаток В**), у рамках якого кожна правильна відповідь оцінювалася в один бал, отже, максимум – 100 балів.

Як і у випадку перевірки двох попередніх компетенцій, нами було передбачено, що мінімальний рівень сформованості ділової соціокультурної компетенції відповідає не менше 50% правильних відповідей, що дорівнює 50 – 65 балам. Середній рівень відповідає 66 – 85 балам, а високий – 86 – 100 балам.

Усі інші результати, нижчі за 50%, свідчили, що студент не досяг мінімального рівня сформованості ділової соціокультурної компетенції як важливого компонента ПДКК.

Завершальним кроком було виявлення наявного рівня сформованості *інтераційної компетенції* у складі ПДКК.

Оскільки сформованість даної компетенції виявляється передусім у процесі живої взаємодії, інтерації між суб'єктами у процесі ПДС, то очевидно, що виявлення наявного рівня сформованості даної компетенції мало відбуватися у процесі живої розмови, діалогу іноземною мовою. З цією метою нами було розроблено відповідні варіанти для спонтанної усної розмови англійською мовою, які відображали імовірні ситуації ПДС та обиралися за випадковим вибором.

Водночас, нами було поставлено завдання внести у розмову елемент непередбачуваності (висловити альтернативну точку зору/ незгоду/ заперечення/

поставити запитання й ін.) з метою викликати у студента необхідність відстояти свою точку зору, навести аргументи, внести пропозиції, переконати тощо. У ході жвавого спілкування було перевірено такі основні вміння інтеракції у студентів, як уміння розпочати розмову, висловити свою точку зору, навести аргументи, уникнути конфлікту, переконати, проявити ввічливість, завершити розмову тощо.

З метою оперативного оцінювання інтеракційної компетенції було використано авторську шкалу оцінювання за відповідними ознаками, які ми вважаємо найсуттєвішими для даної компетенції. Умовні бали за даною шкалою були наступними: *“Так” – 2 бали/“Частково” – 1 бал/“Ні” – 0 балів:*

1. Чи продемонстрував студент основні вміння інтеракції відповідно до ситуації: розпочати розмову, аргументувати, завершити розмову, переконати тощо?
2. Чи можна вважати розмову конструктивною, чи досягнуто мету спілкування?
3. Чи достатньо вільною та впевненою була мовленнєва та немовленнєва поведінка студента у процесі спілкування?
4. Чи виявив студент ввічливість, стриманість, повагу, доброзичливість до співрозмовника, продемонструвавши власну культуру ділового спілкування?
5. Чи достатньо вільною та влучною була реакція студента на репліки, запитання, пропозиції співрозмовника у процесі спілкування?
6. Чи виявив студент відсутність комунікативно значущих помилок?
7. Чи виявив студент здатність швидко адаптуватися, коригувати свою поведінку в залежності від обставин та реплік співрозмовника?
8. Чи проявив студент ініціативність, активність, комунікабельність?
9. Чи була продемонстрована здатність лаконічно будувати власні висловлювання, формулювати їх чітко та зрозуміло для співрозмовника?
10. Чи вдалося обминути прогалини у власних знаннях, уникнути небажаних пауз, зупинок чи сумнівів, пов'язаних з пошуком та формулюванням потрібних висловлювань у межах запропонованої ситуації спілкування?

Таким чином, максимальна кількість балів за результатами перевірки інтеракційної компетенції становила 20 балів.

Було передбачено, що мінімальний рівень сформованості даної компетенції досягнуто, якщо показники умінь міжособистісної взаємодії становлять не менше 50% відповідно до висунутих ознак, та були оцінені у 10 – 13 балів. Середній рівень відповідав 14 – 17 балам, а високий – 18 – 20 балам з 20 можливих.

Усі інші результати, нижчі за 50%, тобто 0 – 9 балів, розглядалися показником того, що студент ще не досяг мінімального рівня сформованості інтеракційної компетенції як невід’ємного компонента ПДКК.

Нами було прийнято за умову те, що, у випадку недосягнення студентом мінімального рівня сформованості хоча б однієї з компетенцій у складі ПДКК, результати за рештою компетенцій не можуть враховуватися для обчислення загального рівня сформованості ПДКК, яка є цілісним складним феноменом, відсутність сформованості хоча б одного з компонентів якого призводить до неможливості вважати сформованим увесь феномен.

Однак, як показав констатувальний зріз, рівні сформованості різних компетенцій у складі ПДКК можуть відрізнятися, що певною мірою ускладнює визначення загального рівня сформованості ПДКК.

Нами було запропоновано визначати загальний рівень сформованості ПДКК, обчислюючи *коефіцієнт сформованості ПДКК* за формулою:

$K = ((a \cdot x) + (b \cdot x) + (c \cdot x) + (d \cdot x)) : n$, де:

K – загальний коефіцієнт сформованості ПДКК;

a, b, c, d – сталі величини, які відображають кожну з вимірюваних нами рівнозначних компетенцій у складі ПДКК, кожна з яких була прийнята нами за 1 , а саме: a – лінгвістично-мовленнєва компетенція, b – професійно-предметна компетенція, c – ділова соціокультурна компетенція, d – інтеракційна компетенція;

x – змінна величина – умовно відображає досягнутий рівень за кожною з компетенцій: 0 – мінімальний рівень, $0,5$ – середній, 1 – високий рівень;

n – стала величина, яка визначає загальну кількість компетенцій та дорівнює 4 .

Наприклад, студент має високий рівень лінгвістично-мовленнєвої компетенції (a) – вільно володіє усіма видами ІМД, але ускладнюється при розумінні та застосуванні професійних термінів – його професійно-предметна компетенція (b) є

на мінімальному рівні; при цьому було виявлено середній рівень сформованості ділової соціокультурної (*c*) та інтеракційної (*d*) компетенцій. У даному випадку загальний коефіцієнт сформованості ПДКК має обчислюватися за формулою:

$$K = ((1 \cdot 1) + (1 \cdot 0) + (1 \cdot 0,5) + (1 \cdot 0,5)) : 4 = 0,5.$$

Обчислення індивідуальних коефіцієнтів сформованості ПДКК виявило можливий розбіг значень коефіцієнту *K* від 0 до 1 відповідно до успішності досягнень студентів.

Нами було умовно прийнято, що усі значення коефіцієнту *K*, ближчі до 0 (від 0 до 0,25) вказували на *мінімальний рівень сформованості ПДКК*; середні значення коефіцієнту *K* (від 0,375 до 0,625) розглядалися проявом *середнього рівня сформованості ПДКК*; значення коефіцієнту *K*, близькі до 1 (від 0,75 до 1) відображали *високий рівень сформованості ПДКК*.

Одержані дані засвідчили, що наявні рівні сформованості ПДКК студентів КГ та ЕГ були приблизно схожими (табл. 2.3), що обумовлювалося тим, що до складу обох груп увійшли студенти одного курсу, які навчалися за спорідненими навчальними програмами, а отже мали рівні можливості на початку експерименту.

Таблиця 2.3

Рівні сформованості ПДКК студентів КГ та ЕГ (констатувальний етап)

Критерій: комунікативно-практичний (сформованість ПДКК особи)	Загальні показники коефіцієнту сформованості ПДКК. Констатувальний етап (кільк. студ./%)			
	Групи (кільк. студ.)	Високий (1 – 0,75)	Середній (0,625 – 0,375)	Мінімальний (0,25 - 0)
КГ (81)	15/18,51	27/33,33	30/37,05	9/11,11
ЕГ (95)	17/17,89	31/32,63	33/34,74	14/14,74

Наявний стан сформованості лінгвістично-мовленнєвої компетенції (табл. 2.4) показав, що найбільші утруднення серед продуктивних видів ІМД викликало говоріння, тоді як серед рецептивних видів – аудіювання. Під час говоріння помічалися труднощі, пов'язані з пошуком необхідної лексики та граматичних

конструкцій для розкриття заданої теми, що спричиняло недостатній темп та важкість мовлення, появу комунікативно значущих помилок.

Таблиця 2.4

Рівні сформованості лінгвістично-мовленнєвої компетенції студентів КГ та ЕГ (констатувальний етап)

Критерій: комунікативно-практичний		Рівні сформованості лінгвістично-мовленнєвої компетенції (кільк. студ.)			
Показник: лінгвістично-мовленнєвий					
ЕТАП	Групи (кільк. студ.)	Високий (a=1)	Середній (a=0,5)	Мінімальний (a=0)	Не впоралися
Констату- вальний	КГ (81)	19	34	24	4
	ЕГ (95)	26	32	31	6

Діагностика професійно-предметної компетенції (табл. 2.5) виявила утруднення під час застосування професійних термінів на письмі, а також під час усного мовлення, помічалися труднощі, пов'язані з поясненням запропонованих термінів англійською мовою, орфографічні помилки при їх написанні.

Таблиця 2.5

Рівні сформованості професійно-предметної компетенції студентів КГ та ЕГ (констатувальний етап)

Критерій: комунікативно-практичний		Рівні сформованості професійно-предметної компетенції (кільк. студ.)			
Показник: професійний					
ЕТАП	Групи (кільк. студ.)	Високий (b=1)	Середній (b=0,5)	Мінімальний (b=0)	Не впоралися
Констату- вальний	КГ (81)	18	23	34	6
	ЕГ (95)	20	25	42	8

Контрольні завдання з перевірки ділової соціокультурної компетенції показали доцільність поглибленого вивчення традицій різних народів світу у контексті ділових стосунків з метою покращення обізнаності студентів з питань

соціокультурних особливостей іноземних ділових партнерів. Рівні сформованості ділової соціокультурної компетенції виявилися наступними (табл. 2.6):

Таблиця 2.6

Рівні сформованості ділової соціокультурної компетенції студентів КГ та ЕГ (констатувальний етап)

Критерій: комунікативно-практичний Показник: соціокультурний		Рівні сформованості ділової соціокультурної компетенції (кільк. студ.)			
ЕТАП	Групи (кільк. студ.)	Високий (с=1)	Середній (с=0,5)	Мінімальний (с=0)	Не впоралися
Констатувальний	КГ (81)	12	31	33	5
	ЕГ (95)	21	22	45	7

Перевірка інтеракційної компетенції (табл. 2.7) вирізнялася найбільшим динамізмом та активністю її учасників, адже було необхідно якнайкраще проявити себе у процесі реального спілкування. Результати засвідчили помітні утруднення під час ініціювання розмови, аргументування, переконання. Було помічено нездатність швидко реагувати на репліки співрозмовника, розлогість у формулюванні власних висловлювань, наявність небажаних пауз, пов'язаних з пошуком та формулюванням потрібних висловлювань у межах запропонованої ситуації, невпевненість у комунікативній поведінці або ж, навпаки, нестриманість й “переривання” мовлення співрозмовника.

Таблиця 2.7.

Рівні сформованості інтеракційної компетенції студентів КГ та ЕГ (констатувальний етап)

Критерій: комунікативно-практичний Показник: інтеракційний		Рівні сформованості інтеракційної компетенції (кільк. студ.)			
ЕТАП	Групи (кільк. студ.)	Високий (d=1)	Середній (d=0,5)	Мінімальний (d=0)	Не впоралися
Констатувальний	КГ (81)	16	24	34	7
	ЕГ (95)	15	33	38	9

В обох групах було виявлено ряд студентів, які не змогли впоратися з завданнями за однією чи кількома компетенціями, отримавши недостатній результат: 9 осіб (11,11%) у КГ та 14 осіб (14,74%) у ЕГ. У більшості випадків труднощі викликали завдання професійно-предметного, соціокультурного та інтеракційного блоків, що можна пояснити традиційною спрямованістю навчального процесу з іноземної мови на розвиток мовних знань студентів, що дозволило їм з більшою легкістю виконати завдання з перевірки лінгвістично-мовленнєвої компетенції.

Рисунки 2.4 та 2.5 відображають досягнуті рівні сформованості ІПДКК студентів на констатувальному етапі, а також частку тих, хто не впоралися із завданнями.

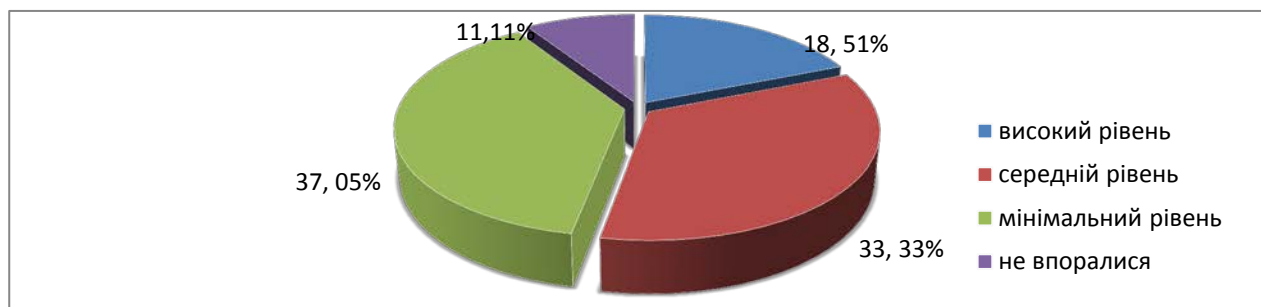


Рис. 2.4. Результати КГ за рівнями сформованості ІПДКК (констатувальний етап).

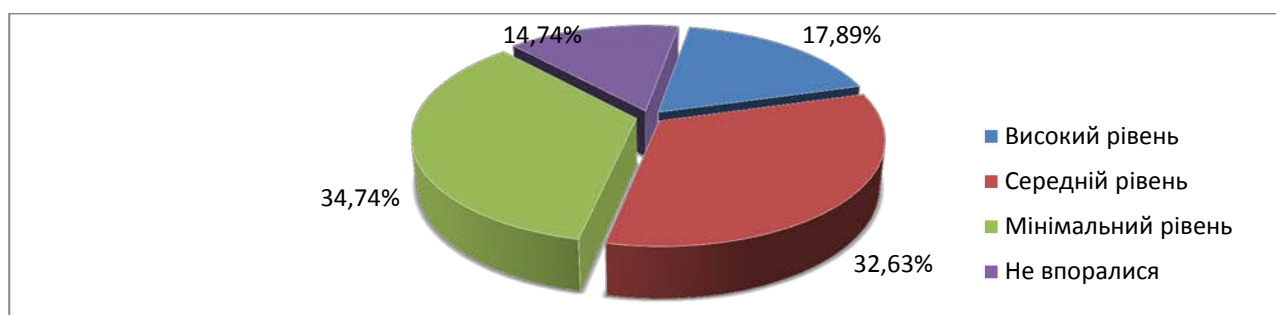


Рис. 2.5. Результати ЕГ за рівнями сформованості ІПДКК (констатувальний етап).

Таким чином, на констатувальному етапі було здійснено діагностику наявного рівня зацікавленості майбутніх економістів до опанування ІПДС, яка виявила приблизно однакову та достатньо високу зацікавленість у більшості студентів КГ та ЕГ. Але зацікавленість ще не є запорукою здатності до реального спілкування. Тому ключовим завданням було визначення наявного рівня сформованості ІПДКК у

студентів, для здійснення якого було запроваджено попередньо розроблений нами комплекс контрольних завдань для перевірки відповідних компетенцій у складі ІПДКК, а також методику їх оцінювання.

Аналіз результатів показав, що, попре відносно невеликий відсоток студентів, які не впоралися із завданнями у КГ та ЕГ, обумовлений обов'язковою іншомовною підготовкою належної якості, необхідно запровадити додаткове навчання студентів по чотирьом напрямам: відшліфування вмій говоріння, аудіювання, читання та письма крізь призму специфіки економічної галузі; формування основних умій інтеракції як міжособистісної взаємодії фахівців економіки; формування соціокультурних знань у діловому контексті; формування здатності використовувати власні професійні знання, спілкуючись іноземною мовою.

Висновки до другого розділу

Необхідність вирішення проблем та суперечностей, окреслених у дисертації, зумовила розробку моделі формування ІПДС у майбутніх економістів у процесі вивчення професійно-орієнтованих дисциплін. Модель фіксувала проєктований процес такого навчання, яким він має бути за нашим уявленням, розкриваючи основні методичні засади формування ІПДС у майбутніх економістів.

Встановлено, що головною метою навчання є формування у студентів ІПДКК, яка може досягти у своєму розвитку мінімального, середнього або високого рівня сформованості; має формуватися у сукупності компонентів (компетенцій): лінгвістичної, ділової соціокультурної, професійно-предметної та інтеракційної.

До змісту навчання ІПДС було віднесено: теоретичний матеріал, що розкриває сутність та правила організації усного та писемного, прямого та опосередкованого ІПДС; автентичні відео- та текстові матеріали, що корелюють зі змістом фахових дисциплін та спрямовані на інтегроване формування у студентів відповідних компонентів ІПДКК: лінгвістично-мовленнєвої, професійно-предметної, ділової соціокультурної, інтеракційної компетенцій (зразки ділових листів та документів,

матеріали з лінгвістичних аспектів ПДС, відомості про економічний устрій, традиції та особливості ділових стосунків у різних країнах світу, сучасні текстові та відеоматеріали з широкого ряду економічних питань (наукові статті, новини, репортажі тощо), зразки діалогів у контексті професійної діяльності економістів; різноманітні комунікативні завдання, які розкривають імовірні професійні ситуації – спроектовані обставини реальної взаємодії у майбутній професійній діяльності у певному професійно-діловому середовищі.

Встановлено доцільність інтегрованого запровадження технічних (комп'ютери, мережа Інтернет, електронна пошта) і традиційних засобів навчання (друковані джерела, роздатковий матеріал тощо).

Розкрито шляхи реалізації дидактичних принципів навчання ПДС, до яких належать принципи наочності, посильності, міцності, свідомості, науковості, активності, виховуючого та розвиваючого навчання, індивідуалізації, колективності, систематичності та послідовності, а також методичних принципів проблемності, пріоритету предметного змісту навчання, інтегрованого навчання видам мовленнєвої діяльності, професійно-орієнтованого навчання, комунікативності, ситуативності, культурологічності, інтеракції при спілкуванні, недомінантної ролі викладача.

З'ясована доцільність організації навчання на засадах компетентнісного та комунікативно-діяльнісного підходів, які обумовлюють вибір відповідних методів: комунікативного та інтерактивного, що, у свою чергу, охоплюють низку прийомів, визначених як конкретні дії, інструкції, настанови, які студенти мали виконати для того, щоб впоратися із певним завданням у рамках аудиторного заняття. Було передбачено такі прийоми, як ділова імітаційно-рольова гра, практичні завдання з елементом змагання, дискусії, дебати, прийоми “піраміда”, “тудіння”, “ланцюжок”, “мікрофон”, рольові відтворення діалогів, індивідуальні доповіді тощо.

З'ясовано, що педагогічні умови є комплексом взаємодіючих вимог-обставин процесу навчання, які є провідними для ефективного перебігу процесу навчання та забезпечують досягнення головної мети – формування ПДКК у майбутніх економістів як основи їх здатності до здійснення ПДС. Вперше базовою

педагогічною умовою була висунута необхідність запровадження інтеграційного освітнього середовища у процес навчання майбутніх економістів ІПДС, що передбачало реалізацію таких положень: а) професійно-орієнтоване навчання, набуття студентами інтегрованих знань; б) інтеграція наукової сфери та професійної освіти майбутніх економістів у контексті іншомовної підготовки; в) поєднання традиційних та технічних засобів навчання; г) поєднання аудиторного навчання та елементу дистанційного навчання.

Іншими важливими умовами виступили: залучення студентів до активної міжособистісної взаємодії у ситуаціях, наближених до реальної професійної діяльності; сприяння зацікавленості студентів до опанування ІПДС.

Визначено критерії та показники здатності майбутніх економістів до ІПДС: мотиваційний критерій та показники (усвідомлення важливості володіння іноземною мовою для професійної діяльності економіста, бажання використовувати іноземну мову у подальшій професійній діяльності, а також зацікавленість до опанування іншомовного ділового спілкування як ключовий показник мотивації студентів у рамках навчальної діяльності у ВНЗ) та комунікативно-практичний критерій та показники (лінгвістично-мовленнєвий, професійний, соціокультурний, інтеракційний).

Результати констатувального етапу педагогічного експерименту виявили, що більшість студентів зацікавлені в опануванні ІПДС, адже розуміють його значення для професійної діяльності економістів. Так, індекси зацікавленості КГ та ЕГ становили 0,574 та 0,568 відповідно.

Але зацікавленість не є проявом здатності до реального спілкування, тому основною ланкою констатувального етапу було визначення наявного рівня сформованості ІПДКК у студентів (комунікативно-практичний критерій здатності до ІПДС), у ході якого було запроваджено розроблений нами комплекс контрольних завдань з перевірки відповідних компетенцій і методику оцінювання.

Одержані дані засвідчили, що наявні рівні сформованості ІПДКК студентів КГ та ЕГ були приблизно схожими, адже до складу обох груп увійшли студенти одного

курсу, які навчалися за спорідненими навчальними програмами, а отже мали рівні можливості на початку експерименту.

Так, у КГ високий рівень сформованості ІПДКК було виявлено у 15 осіб (18,51%), середній рівень продемонстрували 27 осіб (33,33%), а мінімальний – 30 осіб (37,05%). Серед студентів ЕГ високого рівня досягли 17 осіб (17,89%), середнього – 31 особа (32,63%), а мінімального – 33 особи (34,74%). Водночас, в обох групах було виявлено ряд студентів, які не змогли впоратися з завданнями: 9 осіб (11,11%) у КГ та 14 осіб (14,74%) у ЕГ, що підтвердило необхідність подальшої оптимізації іншомовної підготовки майбутніх економістів на засадах розробленої моделі шляхом упровадження розробленого нами факультативного спецкурсу “Основи ІПДС”.

Основні положення другого розділу дисертації висвітлено у публікаціях: [155; 156; 157; 160; 162; 168].

РОЗДІЛ 3

ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА ПЕРЕВІРКА МОДЕЛІ ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОГО ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ У МАЙБУТНІХ ЕКОНОМІСТІВ У ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ПРОФЕСІЙНО-ОРІЄНТОВАНИХ ДИСЦИПЛІН

3.1. Організація та хід експериментально-дослідного навчання майбутніх економістів іншомовного ділового спілкування у процесі вивчення професійно-орієнтованих дисциплін

Метою основного етапу педагогічного експерименту була практична апробація розробленої нами моделі формування ПДС у майбутніх економістів у процесі вивчення професійно-орієнтованих дисциплін.

Так, студентам ЕГ (95 осіб 2 курсу спеціальностей 6.030504 “економіка підприємства”, 6.030507 “маркетинг”, 6.030601 “менеджмент”) було запропоновано на добровільній основі залучитися до опанування розробленого нами факультативного спецкурсу “Основи ПДС” для галузей підготовки 0305 “Економіка та підприємництво”, 0306 “Менеджмент та адміністрування” освітньо-кваліфікаційного рівня “бакалавр” широкого ряду спеціальностей: “економічна теорія”, “міжнародна економіка”, “економіка підприємства”, “управління персоналом та економіка праці”, “маркетинг”, “менеджмент” (Додаток Д).

Спецкурс було підкріплено відповідною Програмою факультативного спецкурсу “Основи іншомовного професійно-ділового спілкування”, а також Методичними рекомендаціями до організації іншомовної професійно-орієнтованої підготовки студентів економічних спеціальностей [154; 164].

Спецкурс було розраховано на 82 години аудиторних занять: вступне лекційне заняття – 2 години та аудиторні практичні заняття – 80 годин. Умовне співвідношення кількості аудиторних занять до самостійної позааудиторної роботи становило 1:1. Самостійна позааудиторна робота передбачала додаткове домашнє

опрацювання пройденого матеріалу, підготовку повідомлень на професійну тематику, складання ділових листів тощо.

Під час підготовки та проведення основного етапу педагогічного експерименту особливої уваги було надано реалізації висунутих нами педагогічних умов (п. 2.2):

- запровадження інтеграційного освітнього середовища у процес навчання майбутніх економістів ІПДС як базової умови;
- залучення студентів до активної міжособистісної взаємодії у ситуаціях, наближених до реальної професійної діяльності;
- сприяння зацікавленості студентів до опанування ІПДС.

Базова педагогічна умова дослідження – **запровадження інтеграційного освітнього середовища у процес навчання майбутніх економістів ІПДС** – передбачала реалізацію кожного з положень, що увійшли до її складу.

Так, **запровадження професійно-орієнтованого навчання ІПДС** було реалізовано, насамперед, у відборі змісту навчання, який було покладено в основу факультативного спецкурсу “Основи ІПДС”, що передбачало надання значної кількості професійно-спрямованих матеріалів з мережі Інтернет у відкритому доступі, текстів професійного характеру, різноманітних комунікативних професійно-спрямованих завдань. У процесі наповнення змісту навчання відповідним навчальним матеріалом ми враховували такі першочергові, на наш погляд, **критерії** його відбору:

- **відповідність матеріалів потребам студентів як майбутніх фахівців економіки**, тобто сприяння формуванню у студентів теоретичних знань та практичної здатності до ІПДС у майбутній професійній діяльності, забезпечення професіоналізації особистості студента, можливостей для розвитку інтелектуальних та творчих здібностей;
- **професійна значущість та автентичність матеріалів**, тобто їх оригінальність, професійна спрямованість, значний об’єм професійної термінології, професійних відомостей, їх відповідність сучасним тенденціям в економіці;

- комунікативність та інтерактивність навчальних матеріалів та завдань, що мають спонукати студентів до спілкування, дискусії, до висловлення власного погляду на ту чи іншу проблему, ситуацію, активізуючи міжособистісну взаємодію у ході обговорень, дебатів, дискусій тощо.

Заняття за факультативним спецкурсом “Основи ПДС” було організовано наступним чином:

Вступне заняття. Introduction. Professional & Business Communication. The Theoretical Aspect.

Форма організації роботи: лекційне заняття.

Мета: формування у студентів теоретичних знань про сутність феномена спілкування. Теоретичне розкриття сутності феномена спілкування, конкретизація сутності іншомовного професійно-ділового спілкування, надання основних відомостей про правила організації усного та писемного ПДС, основних засад культури спілкування та ділових стосунків.

Ключові поняття та аспекти: спілкування, ділове спілкування, ділова міжособистісна взаємодія (інтерація), культура ділового спілкування та ділових стосунків, спілкування та комунікація, мова та мовлення, структура ділового спілкування, соціокультурний аспект ділової взаємодії, професійний аспект ділової взаємодії тощо.

Перша частина спецкурсу – **Developing the Skills in Listening, Speaking, Reading, Writing** – була спрямована на формування лінгвістично-мовленнєвої компетенції у складі ПДКК. До її складу було включено широкий ряд практичних матеріалів та завдань, спрямованих на покращення загальної здатності до аудіювання, говоріння, читання та письма як основних видів ІМД, необхідних для успішного здійснення ПДС. Заняття було розподілено за десятьма темами, які корелюють зі змістом дисциплін з циклу професійної підготовки (ПП), фундаментальної, професійної та загальноекономічної підготовки (ФПНЗЕ) та соціально-гуманітарної підготовки (СГП) (табл. 3.1):

Співвідношення тем першої частини спецкурсу “Основи ІПДС” з дисциплінами циклу професійної підготовки , фундаментальної, професійної та загальноекономічної підготовки та соціально-гуманітарної підготовки

Теми спецкурсу “Основи ІПДС” (Частина 1)	Дисципліни
<p>01 Listening&Speaking. Global Economic Crisis. Worrying Times for the World’s Biggest Economies. Reading. Global Economic Downturn: A Crisis of Political Economy. Writing <i>Business Letters. Letter Structure.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Міжнародні економічні відносини - Іноземна мова (за професійним спрямуванням); - Українська мова (за професійним спрямуванням); - Корпоративна культура управління.
<p>02 Listening& Speaking. Transformation of the World Economy: Globalization vs. Multipolar World Economy. Reading. Globalization Economy. Writing <i>a Letter of Enquiry.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Міжнародні економічні відносини - Іноземна мова (за професійним спрямуванням); - Українська мова (за професійним спрямуванням); - Корпоративна культура управління.
<p>03 Listening& Speaking. Historical and Current World Currencies. Reading. China's Yuan: The Next Reserve Currency? Writing <i>Sale Letters, Offers, Advertisements.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Міжнародні економічні відносини; - Фінанси; - Іноземна мова (за професійним спрямуванням); - Українська мова (за професійним спрямуванням); - Корпоративна культура управління.
<p>04 Listening& Speaking. Unemployment Problem: Finding Work for a Lost Generation. Reading. Unemployment problem is bigger than NYC and LA combined. Writing <i>a Letter of Complaint and Replying to It.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Регіональна і національна економіка; - Макроекономіка; - Державне та регіональне управління; - Економіка праці та соціально-трудова відносини; - Іноземна мова (за професійним спрямуванням); - Українська мова (за професійним спрямуванням); - Корпоративна культура управління.

Теми спецкурсу “Основи ПДС” (Частина 1)	Дисципліни
<p>05 Listening& Speaking. Starting and Running Your Own Small Business.</p> <p>Reading. 5 Qualities of Successful Entrepreneurs.</p> <p>Writing <i>Delivery Letters, Force-Majeure Circumstances.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Мікроекономіка; - Організація підприємницької діяльності в виробничій сфері; - Економіка підприємства; - Іноземна мова (за професійним спрямуванням); - Українська мова (за професійним спрямуванням). - Корпоративна культура управління;
<p>06 Listening& Speaking. What is a Non-Profit and How to Start It?</p> <p>Reading. 8 Essential Steps to Starting a Non-Profit Organization.</p> <p>Writing <i>Other Types of Letters: Introduction, Recommendation, Congratulation/Promotion, Reminders.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Регіональна і національна економіка; - Фінанси, гроші та кредит; - Іноземна мова (за професійним спрямуванням); - Українська мова (за професійним спрямуванням); - Корпоративна культура управління.
<p>07 Listening&Speaking. E-Commerce Development Around the World.</p> <p>Reading. Electronic Service Quality and Attitudes Towards Adolescents’ Online Purchasing: Mediating Effect of Reputation and Perceived Risk.</p> <p>Writing <i>E-mail messages.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Маркетинг; - Фінанси, гроші та кредит; - Організація підприємницької діяльності в виробничій сфері; - Іноземна мова (за професійним спрямуванням); - Українська мова (за професійним спрямуванням); - Корпоративна культура управління.
<p>08 Listening&Speaking. Doing Green Business. Protecting the Environment while Making a Profit.</p> <p>Reading. A Secret to Green Business Success.</p> <p>Writing. <i>Making an Order.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Регіональна економіка; - Економіка підприємства; - Мікроекономіка; - Іноземна мова (за професійним спрямуванням); - Українська мова (за професійним спрямуванням); - Корпоративна культура управління.

Теми спецкурсу “Основи ПДС” (Частина 1)	Дисципліни
<p>09 Listening& Speaking. Innovation in Business. Transforming Ideas into Successful Products.</p> <p>Reading. Privately Held Businesses Still Believe Product Innovation Boosts Profitability.</p> <p>Writing. <i>Making a Written Outline of Your Intended Speech / Message /Report etc.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Економіка підприємства; - Мікроекономіка; - Маркетинг; - Іноземна мова (за професійним спрямуванням); - Українська мова (за професійним спрямуванням); - Корпоративна культура управління.
<p>10 Listening& Speaking. The Role of Women in Business and Economy.</p> <p>Reading. Women in senior management: still not enough.</p> <p>Writing <i>a Resume.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Корпоративна культура управління; - Економіка праці та соціально-трудові відносини; - Психологія; - Іноземна мова (за професійним спрямуванням); - Українська мова (за професійним спрямуванням); - Корпоративна культура управління.

Кожне заняття було підкріплено відповідними відео- та текстовими матеріалами, розміщеними у мережі Інтернет у вільному он-лайн доступі, заздалегідь запланованими нами до перегляду/читання.

Друга частина спецкурсу – **Solving the Interaction Problem** – передбачала формування у студентів інтеракційної компетенції. У даній частині було розкрито особливості вербальної та невербальної поведінки, висвітлено різні аспекти інтеракції: як розпочати, приєднатися, закінчити розмову; як виразити своє ставлення, незгоду тощо; як давати інструкції, настанови підлеглим, відмовляти, розмовляти зі “складними” клієнтами; як поводитися на ділових переговорах; як вирішувати ділові питання за телефоном тощо.

Дану частину було сфокусовано на поєднанні теорії та практики професійно-ділової міжособистісної взаємодії англійською мовою. До цієї частини спецкурсу увійшли заняття, що співвідносяться зі змістом таких навчальних дисциплін (табл. 3.2):

**Співвідношення тем другої частини спецкурсу “Основи ПДС” з
дисциплінами циклу професійної підготовки , фундаментальної, професійної та
загальноєкономічної підготовки та соціально-гуманітарної підготовки**

Теми спецкурсу “Основи ПДС” (Частина 2)	Дисципліни
01 Communicating Verbally and Nonverbally.	Іноземна мова (за професійним спрямуванням); Корпоративна культура управління; Психологія.
02 Starting, Joining, Ending a Business Conversation.	Іноземна мова (за професійним спрямуванням); Корпоративна культура управління; Психологія.
03 Expressing Opinion, Disagreeing, Interrupting.	Іноземна мова (за професійним спрямуванням); Корпоративна культура управління; Психологія.
04 Giving Instructions, Asking for Clarification, Questioning.	Іноземна мова (за професійним спрямуванням); Корпоративна культура управління; Психологія.
05 Awkward Situations: Resolving Problems, Refusing, Speaking with Difficult Clients.	Іноземна мова (за професійним спрямуванням); Корпоративна культура управління; Психологія.
06 Negotiations.	Іноземна мова (за професійним спрямуванням); Корпоративна культура управління; Психологія.
07 Preparing for an Interview.	Іноземна мова (за професійним спрямуванням); Корпоративна культура управління; Психологія.
08 Speaking to the Audience.	Іноземна мова (за професійним спрямуванням); Корпоративна культура управління; Психологія.
09 Telephone Conversations.	Іноземна мова (за професійним спрямуванням); Корпоративна культура управління; Психологія.
10 Communicating Online.	Іноземна мова (за професійним спрямуванням); Корпоративна культура управління; Психологія.

Третя частина спецкурсу – **Business Across Cultures** – була спрямована на формування у студентів ділової соціокультурної компетенції у складі ПДКК. Її головною метою було, з одного боку, надати важливу інформацію про політичний та економічний устрій, розвинуті сектори економіки, сучасні проблеми різних країн та регіонів світу, а з іншого боку, – надати відомості про культуру та ділову поведінку, прийняту у різних країнах. До цієї частини увійшли заняття за наступними темами, що корелюють зі змістом таких дисциплін (табл. 3.3):

Таблиця 3.3

Співвідношення тем третьої частини спецкурсу “Основи ПДС” з дисциплінами циклу професійної підготовки, фундаментальної, професійної та загальноекономічної підготовки та соціально-гуманітарної підготовки

Теми за спецкурсом “Основи ПДС” (Частина 3)	Дисципліни
01 Ukraine and its Economic Structure. Some Peculiarities of Doing Business in Ukraine.	Макроекономіка; Регіональна і національна економіка; Корпоративна культура управління; Іноземна мова (за професійним спрямуванням).
02 Doing Business in Russia.	Міжнародні економічні відносини; Корпоративна культура управління; Іноземна мова (за професійним спрямуванням).
03 The Economy of the European Countries.	Міжнародні економічні відносини; Іноземна мова (за професійним спрямуванням).
04 Peculiarities of Doing Business in Europe.	Корпоративна культура управління; Іноземна мова (за професійним спрямуванням).
05 The Economy of the USA and Canada and the Peculiarities of Doing Business There.	Міжнародні економічні відносини; Корпоративна культура управління; Іноземна мова (за професійним спрямуванням).
06 The Economic Development and Current Economic Problems in the South-American countries. The Peculiarities of Interpersonal Business Relationships.	Міжнародні економічні відносини; Корпоративна культура управління; Іноземна мова (за професійним спрямуванням).

Теми спецкурсу “Основи ІПДС” (Частина 3)	Дисципліни
08 The Economy of Africa and the General Norms of Business Relationships Accepted There.	Міжнародні економічні відносини; Корпоративна культура управління; Іноземна мова (за професійним спрямуванням).
09 The Economy of Australia and the Norms of Business Relationships Accepted There.	Міжнародні економічні відносини; Корпоративна культура управління; Іноземна мова (за професійним спрямуванням).
10 General Rules of Business Communication Accepted Worldwide.	Міжнародні економічні відносини; Корпоративна культура управління; Іноземна мова (за професійним спрямуванням).

Четверта частина спецкурсу – **A Deeper Insight in Economics** – була спрямована на формування професійно-предметної компетенції у складі ПДКК майбутніх економістів, мала на меті підвищення професійної обізнаності в економічній сфері та формування здатності використовувати власні професійні знання студентів у процесі іншомовної комунікації. До даної частини з 10 занять, увійшли базові матеріали, присвячені діяльності основних міжнародних економічних та фінансових організацій (the IMF, the WTO, the International Chamber of Commerce, the World Bank, etc.). Дана частина спецкурсу передбачала вивчення питань економіки як науки, законів економіки, конкуренції та монополізму, міжнародної економіки, менеджменту й ін., що корелює зі змістом таких дисциплін (табл. 3.4):

Таблиця 3.4

Співвідношення тем четвертої частини спецкурсу “Основи ІПДС” з дисциплінами циклу професійної підготовки, фундаментальної, професійної та загальноекономічної підготовки та соціально-гуманітарної підготовки

Теми за спецкурсом “Основи ІПДС” (Частина 4)	Дисципліни
01. Economics as a Science. The World Trade Organization.	Основи економічної теорії; Міжнародні економічні відносини; Іноземна мова (за професійним спрямуванням).

Теми спецкурсу “Основи ІПДС” (Частина 4)	Дисципліни
02. The Main Laws of Economics. The International Monetary Fund.	Основи економічної теорії; Міжнародні економічні відносини; Іноземна мова (за професійним спрямуванням).
03. Money as a Medium of Exchange. The World Bank.	Основи економічної теорії; Фінанси; Міжнародні економічні відносини; Іноземна мова (за професійним спрямуванням).
04. Competitive and Monopolistic Markets. The International Chamber of Commerce.	Основи економічної теорії; Міжнародні економічні відносини; Іноземна мова (за професійним спрямуванням).
05. What is Inflation? The United Nations Industrial Development Organization (UNIDO).	Основи економічної теорії; Міжнародні економічні відносини; Іноземна мова (за професійним спрямуванням).
06. International Economics. The Eurasian Customs Union.	Міжнародні економічні відносини; Іноземна мова (за професійним спрямуванням).
07. Management. The International Labour Organization.	Корпоративна культура управління; Міжнародні економічні відносини; Іноземна мова (за професійним спрямуванням).
08. International Business. Import- Export. International Business Management. The World Economic Forum.	Міжнародні економічні відносини Іноземна мова (за професійним спрямуванням).
09. Enterprise Economy. Asia-Pasific Economic Cooperation (APEC).	Економіка підприємства; Міжнародні економічні відносини; Іноземна мова (за професійним спрямуванням).
10. Marketing. Advertising. The Southern Common Market (Mercosul) and Other International Organizations.	Маркетинг; Паблік рилейшенз та виставкова діяльність; Міжнародні економічні відносини; Іноземна мова (за професійним спрямуванням).

Таким чином, забезпечуючи інтеграцію іншомовного та фахового компонента професійної освіти майбутніх економістів, до факультативного спецкурсу “Основи ІПДС” було включено широкий ряд тем з циклу фахових дисциплін: “Економіка як

наука”, “Гроші як засіб обміну”, “Конкурентні та монополістичні ринки”, “Інфляція”, “Менеджмент”, “Маркетинг. Реклама” та ін. Приділялася увага розгляду актуальних питань сучасної економіки, вивчалася діяльність таких міжнародних організацій, як Світова організація торгівлі, Міжнародний валютний фонд, Міжнародна торгова палата й ін.

Застосовувалися відповідні завдання з вивчення професійної термінології.

Наприклад: “Прочитайте визначення та оберіть, до якого поняття вони відносяться серед наведеного переліку”, “Поясніть значення наступних понять”, “З’єднайте поняття з їх правильними значеннями”, “Складіть речення з поданими термінами”, “Складіть та відтворіть діалоги відповідно до поданих ситуацій, використовуючи указані терміни” тощо.

У зв’язку з комп’ютеризацією навчальних закладів все більшого значення набувають такі складові інформаційного забезпечення освітнього процесу, як комп’ютер та технології його використання (комп’ютерні навчальні технології) [51], які можна розуміти цілісним алгоритмом організації засвоєння навчального матеріалу, коли основним засобом навчання є комп’ютер. У рамках даного дослідження з метою реалізації **інтеграції традиційних та технічних засобів навчання** було запроваджено користування комп’ютерною технікою, мережею Інтернет, яка розглядається науковцями (О.В. Співаковський, Є. Поліщук) ключовим фактором інтеграції системи освіти України у світове освітнє середовище [195]. Було використано широкий ряд он-лайн матеріалів у вільному доступі: репортажі, інтерв’ю, матеріали з сайтів відомих економічних журналів, газет поряд із застосуванням таких традиційних засобів навчання, як друковані наукові статті у журналах (“Економіка: реалії часу”, “Актуальні проблеми економіки”, “Економіка розвитку”, “Економічні інновації” й ін.), роздатковий матеріал, виконання студентами письмових завдань у звичайних робочих зошитах.

Наприклад:

- *Watch the following video on-line: “Small Business Success Story”.*
- *Read the article on-line: “A Secret to Green Business Success”.*

- Which of each pair of requests below are more formal or polite and why? Write your own endings. Be ready to read the requests in class.

- This is the text of the letter replying to a complaint. Try and fill in the gaps by inserting the necessary phrases in their right places in the text. Write down the whole text in your exercise books. Check the correctness in class.

Поряд зі стрімкою комп'ютеризацією навчального процесу, набуває актуальності запровадження **дистанційного навчання**, що є такою формою навчання, коли спілкування між викладачем і студентом або вчителем і учнем відбувається за допомогою листування, магнітофонних, аудіо- та відеокасет, комп'ютерних мереж, кабельного та супутникового телебачення, телефону чи телефаксу тощо [46, с. 92] та розглядається науковцями (О.В. Співаковський, Г.М. Кравцов) важливим елементом підвищення економічної ефективності навчання [194]. У нашому дослідженні **поєднання традиційного аудиторного навчання з елементом дистанційного навчання** передбачало самостійне дистанційне виконання ряду домашніх завдань з подальшим надсиланням на електронну адресу викладача. Це дозволило перенести спілкування викладача та студентів поза рамки аудиторії, студенти мали змогу електронною поштою надсилати виконані завдання для перевірки, а також дистанційно ставити запитання.

Наприклад:

- *Distance task. Imagine you have received a letter of complaint from a client dissatisfied with something (choose any possible problem you want) in which he asks you to e-mail your reply to him. Write the text of the letter replying to the complaint and send it via e-mail to us.*

- *Distance task. Imagine you are going to take part in an interview for the sales manager position. Write a CV and send it via e-mail to us.*

Запровадження елемента дистанційного навчання сприяло оптимізації, модернізації, активізації навчання, посилюючи роль індивідуалізації у навчальному процесі. Було помічено такі переваги даної тактики:

- шляхом виконання дистанційних завдань кожен студент може проявити власні здібності, розкрити свій творчий потенціал;

- кожен студент має можливість індивідуального спілкування з викладачем у позааудиторний час, що передбачає можливість поставити питання, запросити індивідуальної поради. Співпраця викладача та студента не закінчується із закінченням аудиторного заняття, а продовжується й у позааудиторний час;
- виконання дистанційних завдань сприяє розвитку самостійності та самоорганізації студента, розвиває здатність до самоконтролю;
- запровадження дистанційного елемента сприяє зацікавленості студентів до опанування ІПДС, підвищує активність у вивченні іноземної мови, розширює співпрацю між викладачем та студентом.

Значної уваги було надано реалізації практичної інтеграції наукової сфери та професійної освіти майбутніх економістів в аспекті іншомовної підготовки.

Спробу реалізації даного положення було зроблено, адже перед нами постала очевидною актуальність залучення діячів науки не тільки до співпраці у рамках профільних дисциплін, а й у рамках викладання іноземної мови та ІПДС. Така практична інтеграція спільних зусиль науковців-економістів та викладача іноземної мови, на нашу думку, відкриває новий напрям іншомовної підготовки, посилюючи професійну спрямованість навчання, забезпечуючи інтеграцію фахових знань зі знаннями іноземної мови та основ спілкування цією мовою.

Так, нами було запрошено до співпраці наукових співробітників Інституту проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України (м. Одеса), який спеціалізується на науково-дослідній та практичній роботі з вивчення актуальних економічних проблем України та світу. Інститут веде активну співпрацю з органами державної влади, місцевого самоврядування, державними та приватними підприємствами та установами по впровадженню набутих розробок у практику економічної діяльності. Результати наукових досліджень публікуються у фахових наукових економічних виданнях України та світу, популяризуються у громадських періодичних виданнях, видаються у монографіях, посібниках.

Науковцями, доктором економічних наук О.І. Лайко та доктором економічних наук О.В. Нікішиною, було сформульовано ряд актуальних дискусійних питань з проблем економіки, які, за нашою спільною думкою, розширять світогляд та будуть

корисними для кожного студента-економіста. Дані дискусійні питання було включено до спецкурсу “Основи ІПДС” в якості додаткових проблем для обговорення англійською мовою, що поряд із виконанням завдань з підготовки власних доповідей стосовно різноманітних соціально-економічних проблем сучасності та ознайомленням з науковими статтями сприяло розвитку наукової думки студентів, ознайомлюючи з основами науково-дослідної роботи у професійній діяльності економістів, формуючи навички роботи з науковими джерелами інформації, розвиваючи здатність до аналізу, синтезу, порівняння, узагальнення, аналогії, прогнозування тощо.

Наприклад: Transit potential of Ukraine. Transit represents a considerable part (over 40%) in the structure of external cargo traffic of Ukraine. But the cargo traffic between Europe and Russia via Belarus is five times bigger than the cargo traffic via Ukraine. In addition, the analysis of cargo traffic shows a negative dynamics. For instance, the cargo traffic amount reached 387 mln. ton in 2007 as compared with 154,2 mln. ton in 2011. Suggest your own ways of solving the problem.

У рамках запровадження інтеграційного освітнього середовища у процес навчання майбутніх економістів ІПДС було приділено увагу й такому важливому аспекту, як інтегроване навчання усної та писемної форм ІПДС, адже практичні завдання, що були нами заплановані, передбачали одномоментну інтеграцію різних видів ІМД: аудіювання та говоріння, аудіювання та письма, читання та письма тощо.

Ознайомлення студентів з сучасними світовими економічними тенденціями, досягненнями, проблемами передбачало опрацювання статей з відомих зарубіжних журналів, перегляд репортажів та новин з відомих каналів (The Financial Times, The Economist, The BBC, The Euronews та ін.).

Отже, на основному етапі дослідження в якості головної педагогічної умови нами було зроблено спробу запровадження інтеграційного освітнього середовища у процес навчання майбутніх економістів ІПДС, що досягалося шляхом реалізації положень, які були віднесені нами до її складу.

Наступною педагогічною умовою нами була проголошена необхідність залучення студентів до активної міжособистісної взаємодії у ситуаціях, наближених до реальної професійної діяльності.

Реалізація даної умови під час опанування факультативного спецкурсу “Основи ПДС” здійснювалася шляхом широкого запровадження дискусій, ділових ігор, рольових відтворень діалогів у парах/групах у різноманітних спроектованих ситуаціях ПДС.

Наприклад:

- ситуації опосередкованої взаємодії за телефоном

Work in pairs. Choose one of the following situations and make up a dialogue using the verbs and phrases mentioned in the table above. Role-play the dialogue in pairs staying back-to-back. Listen to your fellow students' dialogues. Choose the pair that coped with the task the best.

a) Imagine you are making a business phone call to arrange an appointment to see someone (choose any convenient purpose). But you both are very busy. Try to find time and date convenient for both of you.

b) Imagine you are making a business phone call to the marketing department of a company with the aim to speak to someone who works there. Introduce yourself and ask to put you through to the person you need to talk to.

c) Imagine you are speaking with a receptionist but the person you wish to talk to is busy. Introduce yourself and leave a message for the person you cannot talk to. Answer the receptionist's questions. End the conversation by thanking the receptionist for his help.

d) Imagine you've dialled the wrong number. Offer your apologies for causing discomfort and ask your interlocutor to help you with the right number.

- складні ситуації міжособистісних відносин у колективі:

Work in pairs. Choose one of the following situations and make up a dialogue in a written form using the phrases mentioned in the table above. Role-play the dialogue. Choose the pair that coped with the task the best.

a) Student A: You are the customer services manager. Unfortunately, there are too many customers complaining about something! They all have made a decision to write a letter of

complaint now and it is difficult for you to deal with them, though you are trying to do your best. Now the head of the department (student B) has asked you to come into the office.

Student B: You are the head of the customer services department. One of the managers under you (student A) is causing a lot of problems, because it's difficult for him/her to get along with the difficult clients. But the recent days the situation has become worse. There are too many clients complaining about something! You have asked student A to come to your office because you are dissatisfied with his/her work.

b) Student A: You have been working extremely hard recently, and you are absolutely exhausted. Go and ask your manager (student B) for several days off work.

Student B: You are the manager. You have just discovered that a very big order is coming in tomorrow! All your staff will need to work overtime for the next two weeks to fill this order.

c) Student A: Your colleagues are difficult people to deal with, that's why quarrels often take place. But it's not your fault! At the same time, some of them criticize you for being uncooperative. Two weeks ago, your manager (student B) called you into his/her office and told you to try to resolve the situation. You have been trying to do your best, but now your manager has asked you to come into the office again.

Student B: One of your employees (student A) is causing a lot of problems, and many of his/ her colleagues have complained to you about him/her. Two weeks ago you spoke to student A about these problems, but the situation has become even worse. You have decided to fire student A.

d) Student A: You are a good employee; you work hard, and you get good results. All the staff got pay raises recently, but you didn't. Go and speak to your manager (student B), and ask for a raise.

Student B: You are the manager of the department. You recently gave pay raises to your staff. However, you didn't give student A a raise, because you are not particularly pleased with his/her work.

Поринаючи у розманіття імовірних ситуацій ПДС, студенти одномоментно розвивали у собі всі компетенції, що входять до складу ПДКК, формуючи здатність не губитися у будь-якій ситуації.

Нарешті, значної уваги на основному етапі експерименту було приділено **сприянню зацікавленості майбутніх економістів до опанування ПДС**. Реалізація даної умови передбачала урахування інтересів та побажань студентів, викладачів, науковців, що були з'ясовані під час попереднього анкетування та бесід (п. 2.2). До змісту навчання було включено широке коло відеоматеріалів он-лайн, наукових статей, дискусійних питань, уведено елемент дистанційного навчання.

Так, у ході аудиторних практичних занять за факультативним спецкурсом “Основи ПДС” – форма організації навчального процесу, під час якої за завданням і під керівництвом науково-педагогічного працівника студенти виконують практичну аудиторну роботу [150, с. 204], нами було використано ряд практичних прийомів у рамках комунікативного та інтерактивного методів, що спрямовувалися на формування відповідних комунікативних компетенцій у складі ПДКК (лінгвістично-мовленнєвої, ділової соціокультурної, професійно-предметної, інтеракційної), а також мали на меті підвищення навчальної активності студентів, поживлення навчального процесу, що позитивним чином вплинуло на зацікавленість студентів до навчання:

- **дати визначення/власне розуміння/пояснення** того чи іншого професійного (економічного) терміну (“Give your own definitions of the following terms...”).
- **описати** той чи інший професійний феномен (“Describe/ speak about *monopolism* as an economic phenomenon”).
- **відтворити** певний професійно-спрямований матеріал (“Read the dialogue and role-play it in pairs”).
- **уявити** імовірну робочу ситуацію (“Imagine a certain situation within the scope of your future profession... What would you do then?”).
- **співвіднести** одне із одним (“Correlate the given English terms with those of your native language”/ “Correlate a similar economic problem/situation/policy/tendency etc. in a foreign country with that in your native country”)

- **перекласти** з іноземної мови/ на іноземну мову (“Translate the following phrases/ abstracts into your native language”).
- **продовжити або закінчити** речення, діалог (“Write your own endings of the following sentences”/ “Listen to the dialogue and write your own ending. Role-play the dialogue in pairs”).
- **навести приклади** (“Give your own examples of... and discuss them in class”)
- оцінити /спрогнозувати** варіант розвитку подій тощо, (“Estimate the effects of macroeconomic policy on the economy”).
- **обговорити** ту чи іншу професійну проблему, ситуацію, питання тощо (“Discuss the problem of... in pairs/in groups/with your fellow students...”).
- **дати коротке визначення** (“Give a short definition of the following economic term...”).
- **висловити власну точку зору** стосовно певного професійного питання (Reveal your point of view concerning...).
- **вивчити** теоретичний матеріал (“Study the following information on ...”).
- **порівняти** (“Compare the economic situation/governmental policy/traditions/business etiquette/ communication styles etc. in... and in your native country. ”)
- **реорганізувати/розташувати за певним порядком** певну інформацію (“Read the following lines of the conversation below and rearrange them in the right order. After finishing the task, check the correctness in class.”)
- **повторити/пригадати** матеріал, правила, інформацію тощо (“Revise different types of questions that are used in the English language (namely general, special, alternative and disjunctive (tag) questions) ”).
- **підготуватися** до рольової комунікації, до відповіді, до обговорення тощо (“Be ready to comment on each type of questions and to give your own examples.”, “Be ready to speak about...”, “Be ready to answer the questions...”, “Be ready to role-play the dialogue in class”).
- **використати на практиці** набуті знання/отримані відомості (“Make up short dialogues using the phrases mentioned in the table above, role-play the dialogues in

pairs.”, “Use the following economic terms to speak about...”, “Use the information from the article to make your own report/ suggestion/forecast etc.”).

- **зробити висновки** (“Study the following material and make your conclusion concerning...”)

- **дізнатися** додаткові відомості, розширити власні знання (“Find and consult the alternative sources of information to learn more about...”).

- **запропонувати** (“Suggest your own answers/ endings/viewpoint/conclusion/forecast etc...”).

- **скласти** резюме, діловий лист, план доповіді, доповідь, діалог, письмову відповідь, речення із вказаними фразами тощо (“Make up a summary of the following article”, “Make up a plan of your intended speech...”).

- **висловити згоду/незгоду** стосовно певного професійного питання, точки зору, позиції тощо (“Express agreement/disagreement ...”).

- **поділитися власним досвідом** (“Have you ever taken part in business negotiations? Share your experience with your fellow students.”)

Широкого запровадження набули такі прийоми, як:

- **ділова імітаційно-рольова гра** – моделювання реальної комунікативної професійно-спрямованої діяльності у спеціально створеній проблемній ситуації з метою підготовки та адаптації до трудової діяльності та соціальних контактів [150, с. 243-244], коли студент “переробляє” найрізноманітніші життєві ситуації (у нашому випадку – різноманітні ситуації ПДС), які дають йому змогу сформулювати світогляд/відстояти свою позицію/закріпити отримані знання/розв’язати встановлені завдання/ відшліфувати власну здатність до спілкування/відчути себе членом команди та одночасно виразити свою індивідуальність. Характерними ознаками ділових ігор є отримання результатів за короткий проміжок часу, зацікавленість учасників, активність учасників гри.

Спираючись на класифікацію ділових ігор О.В. Ортинського, можна сказати, що переважну роль у ході застосування прийому ділової гри у нашому дослідженні мали відкриті імітаційні та рольові ігри в реальному часі, які спрямовувалися на практику міжособистісного спілкування студентів.

У ході практичних занять за спецкурсом “Основи ПДС” такі ігри імітували діяльність підприємства/ установи/ фірми/ конференції, моделюючи конкретні події, що можуть відбуватися у цих установах, конкретну діяльність людей (нарада, переговори, обговорення проблем, надання розпоряджень, наказів, взаємодія з клієнтами/ розмова науковців, аналітиків тощо), умови, у яких відбувається подія (кабінет керівника, офіс, зала засідань, наукова конференція/форум, банк, приймальня тощо).

У значній кількості випадків ми не обмежували студентів жорсткими рамками конкретної професійної ситуації, даючи їм змогу, перш ніж розпочати гру, швидко обговорити у своїй команді та обрати те *“середовище”* спілкування (*Розділ 1*), яке найбільш зацікавлювало їх на даний момент.

Наприклад, гра “На переговорах” (“In the Talks”) до 6 заняття другої частини спецкурсу.

Мета гри: ознайомити з основними стилями ведення переговорів, формування інтеракційної компетенції студентів.

Інструкція: “Do you know that the three basic kinds of negotiators have been identified by researchers involved in The Harvard Negotiation Project? These types of negotiators are: soft bargainers, hard bargainers, and principled bargainers. Work in small teams. Roleplay a short negotiation between two or more parties. Spend a few minutes to decide the point of the intended negotiation within the scope of your future profession and the supposed roles and positions of the participants involved. Then choose secretly one of the following types of negotiators and follow it till the end of the negotiation. Finally, let the rest of the students differentiate between the types of negotiators accepted by each party within your team. Listen to the other teams’ negotiation variants. Choose the team that coped with the task the best.”

Хід гри:

1. розподіл на команди з 3-4 учасників, обговорення предмета переговорів та відповідних сторін у переговорах;
2. прийняття кожною стороною відповідної тактики ведення переговорів, складання стислого плану переговорів;

3. демонстрація спроектованої ситуації, інші команди мають здогадатися, яку тактику ведення переговорів було обрано кожною стороною;
4. перемагає команда, яка найбільш яскраво презентувала свою ситуацію переговорів.

Було запроваджено різноманітні **практичні завдання з елементом змагання**, метою яких було пожвавлення загальної атмосфери на заняттях, спонукання до активності та командної роботи шляхом виконання динамічних, жвавих завдань, що сприяло підвищенню зацікавленості студентів.

Наприклад: *“Negotiations can be carried out to achieve various aims. Work in two teams. Follow the following pattern and suggest as many examples of negotiation aims as you can. Each student within a team should suggest one example at least. The team that is the last to complete the pattern is the winner!*

The purpose of our visit is...

Team 1: to discuss the possibility of cooperation.

Team 2: to discuss some questions concerning the contract.

Team 1: to resolve the transportation problem.

Team 2: to discuss the possibility of setting up a joint venture.

Team 1: ... other variants...

Team 2: ... other variants...”

- **індивідуальні усні/писемні висловлювання студентів на іноземній мові** – виступи з короткими повідомленнями та доповідями на професійну тематику, висловлення власних думок та пропозицій усно та в письмовій формі.
- **рольові відтворення діалогів у парах** – (Наприклад: *“Work in pairs. Choose one of the following variants and make up a short dialogue beginning with one of the suggested utterances. Roleplay the dialogue and listen to your fellow students’ variants.”/ “Work in pairs. Choose one of the following business situations and make up a dialogue in a written form using the phrases mentioned in the table above. Be ready to present the dialogue to the audience. Listen to your fellow students’ dialogues.”*)
- **“ланцюжок”** – тренувальний прийом, спрямований на залучення до активної діяльності усіх без виключення студентів у групі, один за одним.

Наприклад: “Collaborative Writing. Each student writes one line of a business phone call, then passes the paper to the next student who writes the next line, and so on until the conversation is complete. Afterwards, a pair of students performs the conversation for the class.”

- **дискусії/дебати** – відкриті обговорення іноземною мовою широкого кола дискусійних тверджень із можливістю для кожного студента висловитися та вислухати опонентів, відстояти свою точку зору, погодитися або запропонувати свої шляхи, переконати або прийти до спільної думки.

Наприклад: Work in two teams, the first team giving arguments “for”, the second team – “against” the statement :

- *Competition brings out the best in products and the worst in people.*

- *Successful business is impossible without higher education.*

- *Being an employee is better than being an entrepreneur.*

- *There is no pure free-market economy.*

- *He who is an entrepreneur is actually unemployed.*

- *Advertising is legalized lying.* Та інші.

- **прийом “гудіння”** – поділення усієї студентської аудиторії на декілька малих груп для відокремленого опрацювання певних тем і питань. Під час жвавого групового обговорення запропонованої теми/питання в аудиторії виникає гомін, схожий на гудіння, а той момент, коли гудіння припиняється, був сигналом того, що студенти готові колективно обговорювати результати своєї роботи.

- **комунікативна взаємодія з викладачем** при обговоренні різноманітних професійних питань на заняттях, елемент дистанційної взаємодії.

- **прийом “піраміда”** використовувався здебільшого при опрацюванні додаткових дискусійних питань у рамках спроби інтеграції економічної науки та іншомовної підготовки майбутніх економістів у ВНЗ. Цей прийом передбачав групову роботу та активну участь всіх членів групи в обговоренні. Ми пропонували студентам такі етапи: 1) індивідуально ознайомитися з проблемою 2) обговорити питання у групі з 3-4 студентів 3) ознайомити усіх присутніх з результатами свого розмірковування, подискутувати, поділитися поглядами, зробити прогнози, висновки тощо.

- **інформаційна мозаїка** – “**information gap activities**” – прийом, що спонукає до спілкування з метою отримання інформації від іншої сторони шляхом постановки необхідних запитань та відновлення на основі отриманих відомостей цілісності матеріалу, що пропонується.

Наприклад: *Work in two teams. Ask each other questions to find out the information missing. Fill in the gaps in the text.*

Team 1

Colombia with its capital in _____ is Latin America’s 5th largest economy measured by GDP.

Petroleum is Colombia's main export, making over 45% of Colombia's exports. _____ makes up nearly 12% of Colombia's exports, and grows at a rate of over 10% a year. Colombia has the fastest growing information technology industry in the world and has the longest fibre optic network in Latin America. Colombia also has one of the largest shipbuilding industries in the world outside Asia.

Modern Industries like _____ grew dramatically during the 2000s and 2010s, however, most of Colombia's exports are still commodity-based.

Since the early 2010s, the Colombian government has shown interest in exporting _____ to the world (which includes video games, music, movies, TV shows, fashion, cosmetics, and food) as a way of diversifying the economy and entirely changing the image of Colombia; a national campaign similar to _____. Colombia is already a regional leader in cosmetic and beauty exports.

The number of tourists in Colombia grows by over 12% every year. Colombia is projected to have over 15 million tourists by _____.

Eco-tourism is very promising in Colombia due to vast coastlines, mountainous areas, tropical jungles, volcanoes and waterfalls as well.

The peso has been the currency of Colombia since 1810. The current system of 100 _____ to the peso was first used in _____.

Colombia is a member of such trade organizations as Pacific Alliance, The Andean Community, The Union of South American Nations (UNASUR).

The main export partners are _____.

Among the main import partners are the USA, China, Mexico, Brazil, Canada, Germany.

Team 2

Colombia with its capital in Bogotá is Latin America's _____ economy measured by GDP.

_____ is Colombia's main export, making over 45% of Colombia's exports. Manufacturing makes up nearly 12% of Colombia's exports, and grows at a rate of over 10% a year. Colombia has the fastest growing information technology industry in the world and has the longest fibre optic network in _____. Colombia also has one of the largest _____ industries in the world outside Asia.

Modern Industries like Shipbuilding, Electronics, Automobile, Tourism, Construction, and Mining grew dramatically during the 2000s and 2010s, however, most of Colombia's exports are still commodity-based.

Since the early 2010s, the Colombian government has shown interest in exporting modern Colombian pop culture to the world (which includes _____) as a way of diversifying the economy and entirely changing the image of Colombia; a national campaign similar to the Korean Wave. Colombia is already a regional leader in _____.

The number of tourists in Colombia grows by over 12% every year. Colombia is projected to have over 15 million tourists by 2023.

_____ is very promising in Colombia due to vast coastlines, mountainous areas, tropical jungles, volcanoes and waterfalls as well.

The _____ has been the currency of Colombia since _____. The current system of 100 centavos to the peso was first used in 1819.

Colombia is a member of such trade organizations as _____.

The main export partners are the USA, Canada, the EU, Venezuela, Equador, Peru. Among the main import partners are _____.

- **“мозкова атака”** – інтерактивний прийом, що заохочує студентів пропонувати нові оригінальні ідеї завдяки виключенню критичних зауважень з боку викладача чи інших студентів на стадії генерації ідей. Даний прийом застосовувався для досягнення наступних цілей: 1) виявити всі можливі альтернативи перш ніж приймати рішення; 2) розглянути різноманітні аспекти питання перш, ніж спробувати його вирішити; 3) активізувати групове обговорення.

- **“мікрофон”** – прийом, що доцільно використовувати при підбитті підсумків опрацювання тієї чи іншої теми чи проблеми, а також для жвавого коментування тих

чи інших відомостей, новин, дискусійних точок зору. Студенти передають один одному уявний мікрофон, подані репліки не коментуються і не оцінюються.

Наприклад:

Comment on the following quotes:

- *Your most unhappy customers are your greatest source of learning.*

William Henry Gates, an American business magnate, investor, entrepreneur and programmer, co-founder of Microsoft

- *There is only one boss. The customer.*

Sam Walton (1918–1992), an American businessman and entrepreneur.

- *If your business is not on the internet, then your business will be out of business.*

William Henry Gates

- *Innovation distinguishes between a leader and a follower.*

Steve Jobs (1955 – 2011), an American information technology entrepreneur and inventor, the co-founder, chairman, and CEO of Apple Inc.

- *Economic growth without social progress lets the great majority of people remain in poverty, while a privileged few reap the benefits of rising abundance.*

John F. Kennedy (1917 – 1963), the 35th President of the USA

- *Men cannot live by exchanging articles, but producing them. They live by work not trade.*

John Ruskin (1819 – 1900), the leading English art and social critic, reformer, public lecturer

- *The economy depends about as much on economists as the weather does on weather forecasters.*

Jean-Paul Kauffmann, journalist

- *A strong economy begins with a strong, well-educated workforce.*

Bill Owens, American politician

- *Monopoly is the condition of every successful business.*

Peter Andreas Thiel, a German-American entrepreneur, hedge fund manager, social critic, investor in Facebook, co-founder of PayPal

- *Advertising is the art of convincing people to spend money they don't have for something they don't need.*

Will Rogers (1879 – 1935), an American humorist, newspaper columnist, social commentator, actor

- The man who stops advertising to save money is the man who stops the clock to save time.

Unknown

Отже, посилення комунікативної та професійної спрямованості навчання, уведення елемента дистанційного навчання, сучасних технічних засобів навчання, а також різноманітних прийомів у рамках комунікативного та інтерактивного методів підвищували зацікавленість студентів, відкриваючи можливість якнайкраще проявити себе.

У ході аудиторних практичних занять студенти виявили достатню активність, відзначаючи актуальну фахову спрямованість запропонованих завдань та матеріалів.

Так, особливу зацікавленість викликала друга частина спецкурсу, присвячена основам міжособистісної взаємодії – **Solving the Interaction Problem.**

У ході виконання різноманітних завдань студенти опановували навички міжособистісного спілкування, набували комунікабельності, навчалися не губитися у будь-якій ситуації.

Наприклад:

- Try and role-play a meeting. First, spend a few minutes to decide what the subject of the meeting will be (within the scope of your future profession). Then choose one student to be the Chairman/Chairwoman: your task is to close the meeting as soon as possible. Other students should extend the meeting by bringing up lots of new items to be discussed. Keep the meeting going for as long as possible!

- Work in pairs. Choose one of the following variants and make up a short dialogue beginning with one of the suggested utterances. Roleplay the dialogue and listen to your fellow students' variants.

a) I want to speak to the customer services manager. I wish to complain about the washing machine that we bought yesterday. Its surface has been terribly scratched today during the transportation.

b) Well, I'm not going to get into discussion about who deserved to get the promotion.

c) I wish to complain about a 4-hours delay at the airport that ruined our holiday. I want to speak to someone in this travel agency who is responsible for this.

- d) *Well, I'll come straight to the point. I really think it's time my efforts were rewarded.*
- e) *I want to speak to the delivery department manager. I phoned two days ago to say that I hadn't received my order and I'm ringing again to say it still hasn't arrived.*

- Distance task. Do you know that written directives to employees are often more helpful than verbal instructions? A letter containing details of a new policy or procedure gives employees a document for future reference. Imagine you are a business owner. Follow the instructions below and write a text of a "letter of instructions" to your employees (choose any suitable aspect you want).

- 1. Type "Dear valued employees" followed by a colon if the letter is going to all employees. Type specific name/names if it is addressed to one person/persons.*
- 2. Begin the letter with a direct statement of what the instructions are about. Give the relevant details about the policy or procedure, such as when it will go into effect and who is affected by the policy.*
- 3. List the steps for completing the task or for complying with the new policy. Use clear, easy-to-read language that the employees can follow.*
- 4. Explain how this new policy will benefit the recipient(s) and give thanks for their cooperation. Explain what will happen if an employee chooses not to comply with the directive.*
- 5. Give any appropriate deadlines and contact information in the final paragraph. Offer to answer any questions that the employees might have.*
- 6. Close the letter by typing a respectful closing and typing your full name and title.*
- 7. Send the letter via e-mail to us.*

- Work in pairs. Make up dialogues in which offers made by one party are rejected by the other party. Follow the variants below. Role-play the dialogues and to listen to your fellow students' variants.

a) *- The price we are offering excludes installation costs but does include a twelve months' guarantee.*

- I'm afraid that's not really acceptable. As far as I know, the other suppliers offer free installation and a two-year spare parts and labour warranty.

b) - Let me make a suggestion. If you agree to buy a thousand units at once and to pay for the shipping costs, we'll agree to a 10% discount.

- Unfortunately, the problem is that there are the other suppliers offering prices lower than your discounted price. Additionally, they agree to pay for the shipping costs.

c) - I think that the minimum investment in re-equipment must be not less than \$500,000; otherwise we cannot be competitive in our market under present-day conditions. It's not much to ask for, we believe.

- Evidently, you'll have to look for a different investor to discuss those things with. We have some doubts as to foreign investment protection.

- Is it important for an economist to be able to communicate effectively over the phone? Think about the role of telephone conversations in your future work and career. Share your opinion with your fellow students.

- Make a list of business tasks that can be solved over the phone and think about different situations at work when the telephone conversations are inevitable.

- Reconsider the role of eye contact, facial expressions and gestures in business conversations. Is it easier for you to communicate over the phone when you can't see your interlocutor and he, in his turn, can't see you, or to interact directly i.e. face to face? Why? Share your opinion with your fellow students.

- Discuss in groups the advantages or disadvantages of telephone conversations in a foreign language for professional and business purposes as compared with direct interaction. Share your opinion with the rest of the students.

- Is it easier for you to give orders or instructions when asking someone to do something than to make requests? Think about the role of politeness in business communication. Share your opinion with your fellow students.

- Read the following lines of the conversation below and try to rearrange them in the right order. Role-play it in pairs.

1.	a) Customer: I'll never come here again!
2.	b) Manager: I'm afraid I don't see what we can do about this. But you can turn

	<i>to maintenance shop for repair, I think.</i>
3.	<i>c) Customer: I want to make a complaint. Can I talk to someone about it, please?</i>
4.	<i>d) Customer: I'm not going to waste my time on the things like that. I want to return the phone and recover money spent on it!</i>
5.	<i>e) Customer: I wish to complain about the mobile phone I bought here last week, it's stopped working again.</i>
6.	<i>f)) Manager: I'm the manager. What seems to be the problem?</i>
7.	<i>g) Manager: I dare remind you that the phone was labelled as a reduced item and was sold with a 50% discount, and there was a note "Non-returnable". Unfortunately, we cannot take it back.</i>

- Work in groups of four students. Role-play a conversation between the participants, mentioned below. Try to use the phrases from the table above or use your own phrases. Listen to the other groups' variants. Choose the group which coped with the task the best.

Student A: You are the boss speaking with your employees. You like to give orders and commands to your staff rather than to make polite requests. You believe it provides discipline and carefulness in your employees. You hate clarifying your instructions as well as repeating them twice, because you think a good employee must immediately understand instructions, that is "before you can say Jack Robinson". You also hate to be interrupted. Fortunately, all the employees have already got accustomed to your tactics. Now you need to give a newcomer (student B) some instructions concerning what he/she should do today. Sometimes you are too curious about your employees' private life. You know that student C got a wedding party/ divorced/ moved to another apartment/ had an extra job in a supermarket during his/her annual leave etc. Try to ask student C several awkward questions, being guided by your curiosity. Then continue giving instructions to students C and D.

Student B: You are the newcomer and you have recently joined the firm. You've got profound knowledge and skills but the problem is that everything in the office seems to be rather unaccustomed to you, that causes you feel a little nervous and insecure.

Unfortunately, you feel the necessity to clarify the instructions you've received from your boss.

Student C: You are surprised by being asked such questions. You are unwilling to answer private questions and you need to avoid answering them by hook or by crook.

Student D: You want to touch a different question that is important to you at the moment (e.g. you've just talked with a customer who insisted on changing the quantity of his order and terms of delivery/ you suddenly felt sick and want to go home/ you have some ideas concerning an advertising campaign/ you disapprove frequent overtime hours, without pay, imposed by the boss/ you have a brilliant idea to play bowling together, in the evening (all the staff and the boss)/ or your own ideas). So you strongly need to change the subject of the conversation.

Серед тем та завдань першої частини – **Developing the Skills in Listening, Speaking, Reading, Writing** – найбільша активність спостерігалася при опрацюванні таких тем, як:

- China's Yuan: The Next Reserve Currency?
- Unemployment Problem: Finding Work for a Lost Generation.
- Innovation in Business. Transforming Ideas into Successful Products.
- E-Commerce Development Around the World.
- 5 Qualities of Successful Entrepreneurs.
- Doing Green Business.

Студенти відзначили актуальність запропонованих відеоматеріалів, розміщених он-лайн у вільному доступі, їх автентичність, доступність та літературну вимову носіїв мови. **Наприклад:** “How to save the euro?”, “Debt crisis hits euro’s reserve currency role.”, “Unemployment problem is bigger than NYC and LA combined.”, “Running your small business efficiently.”, “How to start a non-profit organization?”, “Protecting the environment can be profitable.” та ін.

Ознайомлення студентів з особливостями опосередкованого ПДС у письмовій формі передбачало вивчення загальних вимог до структури ділових листів, тренування зі складання ділових листів різних типів: лист-запит, рекламний лист, лист-скарга, лист-замовлення, лист-інструкція тощо. Завдання, що були нами

заплановані, передбачали не тільки написання ділових листів, а й складання відповідей на них, у тому числі електронною поштою.

Було приділено увагу порівнянню нейтрального та офіційно-ділового стилів спілкування [247, с. 117], порівнянню формул ділового листування в англійській мові та їх еквівалентів в українській мові, що перетиналося зі змістом навчальної дисципліни “Українська мова (за професійним спрямуванням)”.

Наприклад:

Match the following formal cliches with their neutral equivalents, translate them:

1. having regard to	a) because
2. in the majority of instances	b) after
3. as a consequence of	c) usually
4. prior to	d) about (for)
5. subsequent to	e) what about
6. would it be convenient to	f) before

Translate the following formal sentences. Write your own endings.

1) I would like to address Mr. Smith on the subject... 2) I am writing in connection with ... 3) It would be true to say that... 4) Another side of the matter is ... 5) One more interesting point that was raised here is ... 6) A major advantage of the technique is... 7) I am writing to inform you... 8) I am delighted to tell you ... 9) I am writing to complain about ... 10) We can confirm that ... 11) We are delighted to announce ... 12) We must apologise for ... 13) To resolve the problem, I would appreciate it if you could... 14) I wish to express my unhappiness with..... 15) I am disappointed because... 16) I am writing to draw your attention to a problem ... 17) I am writing to express my strong dissatisfaction with ... 18) What we'd like to achieve from this meeting is

Було розглянуто лінгвістичні особливості офіційно-ділового стилю: широке вживання економічної термінології (*client, cardholder, customer, manager, shareholder, agent, agreement, distribution, investor etc.*); вміст емоційно забарвленої лексики, яка, проте, втрачає свою емоційність в офіційно-діловому стилі (*Dear Mr. Bill; With kind regards; I should be grateful if you...; Yours truly...;*

Yours sincerely ...etc.); висловлювання не від конкретної особи, а узагальнено (*we are interested in...; would you please inform us ...; we have seen your current catalogue ... etc.*); використання латинських та французьких слів та виразів, здебільшого у текстах юридичного характеру (*ad verbum* – дослівно; *a priori* – без перевірки, наперед; *persona grata* – бажана персона, *persona non grata* – небажана персона, *appendix* – додаток; *de facto, de jure* – фактично, юридично та інші); вживання синтаксичних конструкцій пасивного стану (*Please be informed that the cause of your complaint has been investigated...*); складна структурна організація речень; використання безособових конструкцій (*it is essential that...; it is expected that...*) та інфінітивних конструкцій (*we are delighted to announce...; we would be interested to discuss...*); вживання архаїзмів, модальних дієслів, кліше тощо.

Було приділено увагу основним засадам складання планів доповідей та повідомлень на професійну тематику, що є важливим для наукової діяльності економістів та стане їм у нагоді під час підготовки докладів, презентацій, виступів на симпозіумах, конференціях.

Не було залишено поза увагою ознайомлення з основами складання резюме, що є важливим питанням працевлаштування у сучасних висококонкурентних умовах.

Під час роботи за третьою частиною спецкурсу – **Business Across Cultures** – більшість студентів виявили зацікавленість до вивчення особливостей ділової взаємодії у різних країнах світу.

Наприклад (за посібником “THE WORLD’S BUSINESS CULTURES AND HOW TO UNLOCK THEM” [273]):

The **Chinese** don’t use gestures and strong facial expressions, and are not tactile, so it’s not surprising that they are often said to be inscrutable.

Handshaking is common when **Americans** arrive at work or enter a room at the start of a meeting, and a friendly approach in general is considered important. It’s part of America’s ‘Have a nice day’ culture.

Indian body language is expressive and important to communication – but don't be confused by the nodding of heads when people are listening to you. It means, 'We are paying attention', not 'We agree with you.'

The **Japanese** think it is wrong to get emotional or lose your temper. Rather than saying 'No' outright, they will convey disagreement through silence, hesitation, or responses such as, 'Yes, but ...' or 'The situation is delicate'. They often refuse by saying 'Thank you. We'll study that.'

Personal contacts are the way of doing business in **Brazil**. Stiffness and formality are disliked. Warm, friendly and talkative is the Brazilian style. They form impressions less on what is said and more from your gestures and eye contact.

Russian business depends on good relationships. Proceedings usually start formally, but the business will only develop if good informal bonds are created. People shake hands on meeting and leave-taking (older men may kiss a woman's hand). Smiling on greeting is not automatic.

Once renowned for its formality, **Britain** has become one of the world's most informal business communities with all levels of society on first name terms. People use first names almost immediately: many bosses actively encourage their staff to call them by their first name. This informality even extends to those you are dealing with purely by phone or e-mail.

The **Italian** cultural style is to build relationships, from which business can grow. This involves eating and drinking with business partners and getting to know each other's families. The business relationship remains quite formal and quite top-down with decisions being taken at top level.

Пожвавленню загальної атмосфери на заняттях сприяло виконання студентами різноманітних завдань з елементом змагання.

Наприклад:

- Pick out the ways to succeed and the ways to fail when doing business in Italy. Try to cope with the task the sooner the better.

Build good personal relationships and keep in contact; Criticize or belittle Italy and its economy; Name Italian products that you own or have enjoyed; Show appreciation of Italy

and especially of your partner's region; Decline invitations to eat or drink with your hosts; Make jokes involving the Pope; Ask 'Is Italy still dominated by the Mafia?'; Tell about your family and background; Tell 'I used to have a Fiat but it rusted to bits'.

- Look at the photos and guess the country by its national flag. Tell about the peculiarities of business communication accepted there. Work in small groups.

Відомості про економічний устрій, провідні сектори економіки, сучасні проблеми економіки різних країн, з представниками яких може відбуватися англомовне спілкування фахівців економіки також виявилися корисними для студентів. Студенти охоче підготовлювали повідомлення про економіку різних країн світу, деталізували провідні сектори економіки країн, що входять до Євросоюзу; виявили цікавість до країн Південної Америки та Африки. Однак, комунікативні завдання з відтворення імовірних ділових розмов між представниками різних країн та культур виявилися достатньо складними, адже потрібно було не тільки відтворити мовлення співрозмовників, а й показати імовірну немовленнєву поведінку, уявивши себе носієм іншої культури.

Збагатили змістове наповнення занять дискусійні запитання про особливості економіки різних країн та регіонів світу, запропоновані науковцями Інституту проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України д.е.н. О.І. Лайко та д.е.н. О.В. Нікішиною у рамках здійсненої нами спроби інтеграції наукової сфери та іншомовної підготовки майбутніх економістів.

Наприклад:

До восьмого заняття 3 частини – The Economy of Africa and the General Norms of Business Relationships Accepted There:

In spite of serious economic problems, especially concerning economic regulation, poverty reduction, raw materials-oriented economy and other problems, Africa managed to retain high rates of economic growth, approximately 5% average during the last ten years. At the same time, the analysts have shared opinion that the influence of the world economic crisis on Africa turned out to be rather “postponed” due to insufficient integration of African economy in the global financial and economic structure.

Considerable part of population in Africa is still living for account of semi-natural economy, and their fortune depends more on natural factors than on the state of the global financial markets. The leading economists consider that the perspective directions of development of the economy of Africa are infrastructure modernization, processing industries, diversification of economic activity.

Comment on the possibilities of investing in the economy of Africa. Suggest the perspective directions of cooperation of Ukraine with African countries.

Ці та інші дискусійні запитання помітно збагатили змістове наповнення занять. У процесі їх обговорення було втілено на практиці те, що ділова соціокультурна компетенція (країнознавчий компонент – знання основних секторів економіки, проблем та перспектив різних країн світу) є тісно пов'язаною з професійно-предметною компетенцією, адже неможливо розглядати дані проблеми у відриві від оперування професійними термінами. Під час обговорень студенти продовжували відшліфовувати уміння висловлювати свою точку зору, наводити аргументи, залучати інших до дискусії, переконувати, проявляти ввічливість до інших точок зору, а отже формувалася інтеракційна компетенція. Розвивалися уміння діалогічного та монологічного мовлення, уміння сприймати на слух мовлення інших, уміння чітко формулювати власні висловлювання, що сприяло розвитку лінгвістично-мовленнєвої компетенції. Це ілюструвало те, що студенти набували інтегрованих знань, які складають єдину сутність ПДКК як складного особистісного утворення, компетенції у складі якої мають формуватися нерозривно одна від одної.

Активізувало навчальну діяльність й застосування прийому ділової гри. Наприклад, гра **“Ділова подорож” (“A Business Trip”)** до 10 заняття третьої частини спецкурсу.

Мета гри – закріпити засвоєний матеріал щодо економічних та соціокультурних особливостей різних країн світу.

Засоби: політична карта світу, картки з указаними пунктами маршруту.

Хід гри:

- Роз'яснення правил гри, розподіл групи на команди, випадковий вибір картки з маршрутом подорожі для кожної команди.
- Команди по черзі вирушають у ділову подорож, членам команди потрібно назвати країну та показати її на політичній карті згідно з планом подорожі – 1 бал, назвати валюту цієї країни – 1 бал.
- Інші команди мають право ставити додаткові супутні запитання англійською мовою, але не більше одного запитання від команди до одного пункту маршруту. Наприклад: *“What are the main economic sectors of ...?”*, *“Is ... rich in natural resources, are they exported abroad?”*, *“What are the main economic problems in ... now?”*, *“Do they tend to formality/informality in business relations?”*, *“What is the standard way of greeting in ...?”*, *“Name the official language/languages of ...”*, *“Is ... the WTO member?”* *“... is one of the largest cities of And what is the capital?”* тощо. У випадку надання правильної відповіді, команда, що подорожує отримує 1 бал. Якщо правильної відповіді не надано, 1 бал нараховується команді, яка поставила запитання.
- Перемагає та команда, яка отримала найбільшу кількість балів.

Приклади маршрутів:

Odessa → Istanbul → Athens → Cairo → Rome → Madrid → Paris → London → Ottawa →
Los Angeles → Mexico → Odessa

Havana → Caracas → Santa Fe → Capetown → Sydney → Kuala Lumpur → Calcutta →
Teheran → Ankara → Algiers → Lisbon → Havana

Warsaw → Riyadh → Tashkent → New Delhi → Bangkok → Beijing → Tokyo →
Vladivostok → Seattle → Buenos Aires → São Paulo → Warsaw

Окремим завданням у рамках 3 – 4 занять за третьою частиною виступило опрацювання англomовних висловів та прислів'їв, тематично пов'язаних з діловим світом. До таких завдань входили:

- надання еквівалентів рідною мовою до відповідних висловів;
- знаходження правильного тлумачення того чи іншого вислову (“matching”);

- складання власних речень з вказаними висловами;
- застосування висловів у власних діалогах, відтворення діалогів у парах/групах.

Наприклад: to pay on the nail, to be in the red, money doesn't grow on trees, to cost an arm and a leg, to be in the market for smth, not to have a penny to smb's name, to be deep in debt, time is money, half a loaf is better than none, put one's money where one's mouth is, take care of the pennies and the pounds will take care of themselves, wheel and deal, to flood the market with smth., pay through the nose for something, sell something like hot cakes etc.

Матеріали та завдання четвертої частини спецкурсу – **A Deeper Insight in Economics** – були спрямовані на розгляд базових питань економіки: економіка як наука, закони економіки, конкурентні та монополістичні ринки, міжнародна економіка, експорт-імпорт, маркетинг, менеджмент й ін., що закріплювалося у ході виконання різноманітних практичних завдань, доповідей, дискусій, ігор.

Наприклад, гра **“Колектив” (“Staff”)** до 7 заняття четвертої частини спецкурсу.

Мета гри – розглянути типи організацій/фірм, посади та функції працівників.

Засоби: роздаткові картки зі вказаним типом організації.

Supermarket	Bank	A non-profit organization	Travel agency
Motorcar works	Web store	Glass factory	Insurance company

Хід гри:

- Роз'яснення правил, розподіл студентської аудиторії на команди по 6 осіб, кожна з яких обирає за випадковим вибором картку з певним типом організації/фірми.

- Вибір назви, профілю фірми. Обрання Президента/виконавчого директора. Обговорення ключових посад, що необхідні для функціонування даної організації/фірми, розподіл посад між членами команди;
- Письмове розкриття кожним членом команди своєї посади, обов'язків, окреслення знань та вмінь, необхідних для здійснення професійної діяльності, обговорення з іншими членами команди;
- Презентація своєї організації та колективу;
- Перемагає команда, яка найбільш повно та детально представила роботу колективу своєї організації/фірми.

Ділова гра **“Рекламне агентство”** (“An Advertising Agency”) до 10 заняття четвертої частини спецкурсу.

Мета гри – ознайомити із загальними засадами рекламної діяльності, способами рекламування продукції.

Засоби: картки з назвою уявного товару для рекламування.

Хід гри:

- Роз'яснення правил, розподіл студентської аудиторії на команди по 5-6 осіб (рекламні агентства), а також на представників фірм-виробників товару, які замовляють рекламу своєї продукції (2-3 представника від фірми).
- Вибір кожною командою керівника рекламного агентства, головного бухгалтера, інші – розробники реклами.
- Обміркування командами назви рекламного агентства.
- Команди фірм-виробників за випадковим вибором обирають картку з уявною назвою товару, іншими деталями. За бажання, команда може обрати власний варіант товару, для чого потрібно залишити кілька незаповнених карток.

Наприклад:

Product	Characteristics	Produced by	Sales volume expected	Price per unit
“Seabreeze” air freshener	Volume 200 ml Scents available: Seabreeze, Apple, Tropical fruit, Vanilla&Grape	U-Clean, Ltd	100000 items	2,5 USD

Product	Characteristics	Produced by	Sales volume expected	Price per unit
Folding umbrella “BlueRain”	All colours available High quality fabric Secure mechanism and handle	Fisher&Fog, Ltd	70000 items	12 USD

Product	Characteristics	Produced by	Sales volume expected	Price per unit
Indoor pushbutton telephone “Megatone S-7”	Automatic redial function Autoresponder Caller ID New design Colours: black, grey, red, white	Honglion Electronics	500000 items	30 USD

- Складання представниками виробника стислого листа-пропозиції щодо участі усіх рекламних агентств у конкурсі з рекламування даного товару.
- Отримання рекламними агентствами листів-запрошень до участі у конкурсі. Початок розробки реклами, яку можна скласти у вигляді тексту до газети, повідомлення по радіо, рекламного плакату, відеокліпу на телебаченні тощо.
- Визначення ціни, за яку агентство може продати рекламу.
- Представлення розробленої реклами замовникам, обговорення вартості реклами.
- Прийняття рішення представниками фірм-виробників щодо найкращої реклами за найкращу ціну, для кожного товару. На кожному етапі перемагає те рекламне агентство, у якого купили рекламу.
- Загальний переможець – агентство, яке отримало найвищий прибуток у цілому.

До даної часини спецкурсу було включено відомості про сучасні міжнародні фінансово-економічні організації з подальшим опрацюванням, обговоренням актуальних дискусійних запитань, запропонованих науковцями д.е.н. О.І. Лайко та д.е.н. О.В. Нікішиною, що сприяло розширенню професійного світогляду студентів, формуванню власної наукової думки щодо різноманітних економічних проблем сучасності.

Наприклад:

До першого заняття 4 частини – Economics as a Science. The World Trade Organization:

“Ukraine joined the WTO in 2008. It was expected that considerable liberalization of foreign trade would increase foreign trade turnover. However, a positive dynamics of export (35% up in 2008) and import (35% up in 2008) stopped due to the world financial crisis. Thus, there is a disputable question concerning the influence of a country’s membership in the WTO on the foreign trade dynamics, especially during the economic crisis. What is your opinion on this question?”

Таким чином, спрямовуючись на формування ПДКК студентів, факультативний спецкурс “Основи ПДС” торкався широкого ряду актуальних проблем сьогодення, що, однак, не виключає необхідності подальшого вдосконалення, включення нових відеоматеріалів он-лайн, наукових статей та дискусійних тем відповідно до швидких змін у динамічному світі сучасної економіки.

3.2. Результати педагогічного експерименту та їх інтерпретація

Завершальним кроком дослідження виступило проведення контрольної діагностики набутого рівня сформованості ПДКК студентів, а також їх зацікавленості до опанування ПДС, що було реалізовано на контрольно-узагальнюючому етапі педагогічного експерименту із запровадження розробленої нами моделі формування ПДС у майбутніх економістів у процесі вивчення професійно-орієнтованих дисциплін, порівняння та інтерпретація отриманих результатів.

Виявлення індексу зацікавленості та його розрахунок здійснювалося тим самим шляхом, та за цією ж формулою, що було зазначено у пункті 2.3, маючи за мету з’ясувати, чи вплинуло запровадження факультативного спецкурсу “Основи ПДС” на зацікавленість студентів ЕГ, що може свідчити про дієвість розробленої

моделі формування ПДС у майбутніх економістів у процесі вивчення професійно-орієнтованих дисциплін (табл. 3.5).

Таблиця 3.5

**Показники індексу зацікавленості студентів КГ та ЕГ
на контрольно-узагальнюючому етапі експерименту**

<i>Критерій: мотиваційний</i>	Кількість відповідей/ частка від загальної кількості відповідей, %	
	<i>КГ</i>	<i>ЕГ</i>
<i>Показник: зацікавленість до опанування ПДС</i>		
<i>Кількість опитуваних</i>	81	95
<i>Максимальна зацікавленість</i>	25/30,86%	31/32,63%
<i>Зацікавленість</i>	47/58,03%	58/61,05%
<i>Невизначеність/байдужість</i>	9/11,11%	6/6,32%
<i>Незацікавленість</i>	-	-
<i>Максимальна незацікавленість</i>	-	-
<i>Індекс зацікавленості групи</i>	0,598	0,632

Результати засвідчили, що кількість максимально зацікавлених студентів ЕГ зросла з 28,42% до 32,63%, кількість зацікавлених студентів зросла з 56,85% до 61,05%, у той час, як у 2,3 рази зменшилася кількість байдужих студентів – з 14 осіб (14,73%) до 6 осіб (6,32%), що мало загальне вираження у підвищенні значення індексу зацікавленості в ЕГ з 0,568 на констатувальному етапі до 0,632 на контрольно-узагальнюючому етапі (рис. 3.1).

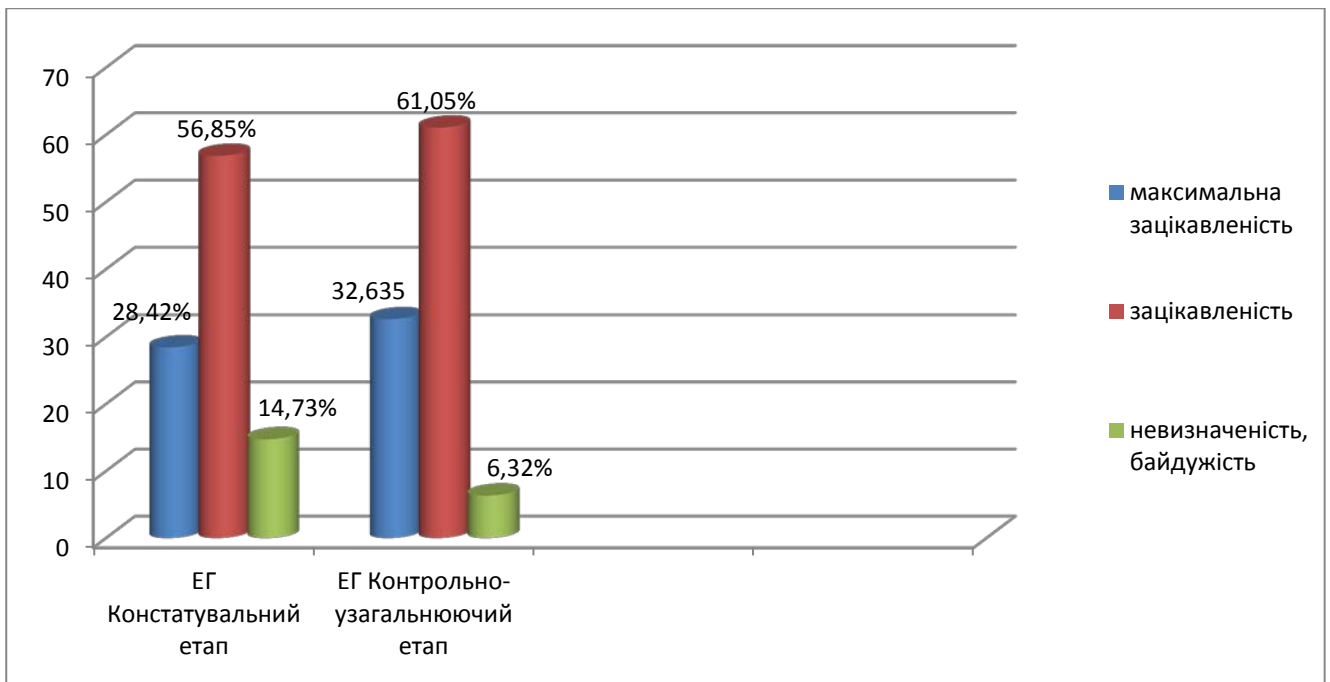


Рис. 3.1. Зміни зацікавленості студентів ЕГ за результатами констатувального та контрольно-узагальнюючого етапів.

Водночас, відмінності у результатах діагностики зацікавленості студентів ЕГ та КГ, відсоткові співвідношення у якій не показали суттєвих зрушень, пояснюються тим, що у процесі планування факультативного спецкурсу “Основи ПДС” нами було виявлено “гнучкість” до змістового компонента навчання, посилено професійну спрямованість, уведено елемент дистанційного навчання, ураховано пропозиції, висловлені викладами іноземної мови та науковцями в області економіки, узято до уваги побажання студентів щодо посилення комунікативної спрямованості навчання шляхом запровадження комунікативних завдань відповідно до імовірних робочих ситуацій.

Підвищувало зацікавленість до навчання й запровадження ділових ігор, дискусій, дебатів, індивідуальної, парної та групової роботи на основі різноманітних прийомів у рамках комунікативного та інтерактивного методів (табл. 3.6).

Показники індексу зацікавленості студентів КГ та ЕГ на констатувальному та контрольно-узагальнюючому етапах експерименту

<i>Критерій: мотиваційний</i>	Кількість відповідей/ частка від загальної кількості відповідей, %			
	<i>КГ</i>		<i>ЕГ</i>	
<i>Показник: зацікавленість до опанування ІПДС</i>				
<i>Етап педагогічного експерименту</i>	констату- вальний	контрольно- узагальнюю- чий	констату- вальний	контрольно- узагальнюю- чий
<i>Загальна кількість опитуваних</i>	81		95	
<i>Максимальна зацікавленість</i>	23/28,40%	25/30,86%	27/28,42%	31/32,63%
<i>Зацікавленість</i>	47/58,03%	47/58,03%	54/56,85%	58/61,05%
<i>Невизначеність/байдужість</i>	11/13,57%	9/11,11%	14/14,73%	6/6,32%
<i>Незацікавленість</i>	-	-	-	-
<i>Максимальна незацікавленість</i>	-	-	-	-
<i>Індекс зацікавленості групи</i>	0,574	0,598	0,568	0,632

Отже, зменшення кількості байдужих студентів ЕГ підтверджує достатню професійну спрямованість спецкурсу “Основи ІПДС”, зміст якого був розроблений на основі автентичних матеріалів професійного змісту, завдяки чому студенти повніше усвідомили важливість спілкування в професійній діяльності економістів.

Однак, як було зазначено вище, виявлення зацікавленості до опанування ІПДС мало у даному дослідженні другорядне значення порівняно із визначенням рівнів сформованості ІПДКК студентів.

Контрольний зріз рівнів сформованості ІПДКК було проведено із застосуванням подібних завдань та шляхів оцінювання, що були застосовані на констатувальному етапі, але у даному випадку зміст контрольних завдань (матеріали, тексти, запитання тощо) за трьома компетенціями відрізнявся від змісту завдань первинного констатувального зрізу з метою виключення можливості повторного виконання завдань за вже знайомим матеріалом (Додаток Г). Виключення становила лише ділова соціокультурна компетенція, коли перевірялися конкретні соціокультурні знання, зрушення у їх накопиченні. Було заборонено користування словниками або будь-якими іншими довідковими джерелами та засобами, які могли вплинути на об'єктивність результатів контролю.

Аналіз отриманих емпіричних даних засвідчив позитивну динаміку у рівнях сформованості ІПДКК студентів ЕГ у порівнянні з КГ, що підтвердило переваги організації навчання ІПДС на засадах розробленої моделі (табл. 3.7).

Таблиця 3.7

Рівні сформованості ІПДКК студентів КГ та ЕГ

Критерій: комунікативно-практичний (сформованість ІПДКК особи)		Загальні показники коефіцієнту сформованості ІПДКК у студентів КГ та ЕГ (кільк. студ./%)			
		Високий (1 – 0,75)	Середній (0,625 – 0,375)	Мінімальний (0,25 - 0)	Не впоралися
ЕТАП Констатувальний	Групи (кільк. студ.)				
	КГ (81)	15/18,51	27/33,33	30/37,05	9/11,11
	ЕГ (95)	17/17,89	31/32,63	33/34,74	14/14,74
Контрольно- узагальнюючий	КГ (81)	16/19,75	30/37,04	28/34,57	7/8,64
	ЕГ (95)	23/24,21	39/41,05	30/31,58	3/3,16

Так, кількість студентів, які досягли високого рівня сформованості ПДКК в ЕГ зросла на 6,32%. Помітно збільшилася кількість студентів із середнім рівнем сформованості ПДКК – з 32,63% до 41,06% завдяки спроможності студентів, які отримали мінімальні результати на констатувальному етапі досягти середнього рівня після опанування запропонованого циклу занять. Водночас, кількість студентів з мінімальним результатом зменшилася на 3,15%, що засвідчило те, що переважна більшість студентів з недостатнім результатом на констатувальному етапі змогли досягнути мінімального рівня сформованості ПДКК після відповідного навчання.

Причини такої різниці в рівнях сформованості ПДКК студентів КГ та ЕГ полягають у тому, що в ЕГ досліджувана сформованість ПДКК як основи здатності до здійснення ПДС реалізовувалася на засадах обґрунтованої моделі, яка була покладена в основу факультативного спецкурсу “Основи ПДС” та передбачала: чітко встановлену мету та зміст навчання, дидактичні та методичні принципи навчання, пристосовані до специфіки іншомовної професійно-орієнтованої підготовки майбутніх економістів; чітко визначені підходи, методи та прийоми навчання; запровадження обґрунтованих педагогічних умов, насамперед, інтеграційного освітнього середовища як базової багатокomпонентної умови організації іншомовної підготовки студентів; ретельно сплановані, адекватні сучасним реаліям заходи контролю на основі розроблених нами комплексів контрольних завдань та методики їх оцінювання.

Так, контроль лінгвістично-мовленнєвої компетенції (табл. 3.8) показав покращення у застосуванні усіх видів ІМД у студентів ЕГ, зменшення комунікативно значущих помилок. Було помічено покращення зв'язності усного мовлення студентів, а також здатності до чіткого формулювання власних висловлювань на письмі.

**Рівні сформованості лінгвістично-мовленнєвої компетенції студентів КГ та ЕГ
(контрольно-узагальюючий етап)**

Критерій: комунікативно-практичний		Рівні сформованості лінгвістично-мовленнєвої компетенції (кільк. студ.)			
Показник: лінгвістично-мовленнєвий					
ЕТАП	Групи (кільк. студ.)	Високий (a=1)	Середній (a=0,5)	Мінімальний (a=0)	Не впоралися
Контрольно-узагальнюючий	КГ (81)	21	35	22	3
	ЕГ (95)	29	34	30	2

Контроль професійно-предметної компетенції (табл. 3.9) виявив покращення здатності студентів ЕГ до застосування професійних термінів у продуктивних видах ІМД. Водночас, покращилася здатність студентів до їх розуміння при аудіюванні та читанні.

Таблиця 3.9

**Рівні сформованості професійно-предметної компетенції студентів КГ та ЕГ
(контрольно-узагальнюючий етап)**

Критерій: комунікативно-практичний		Рівні сформованості професійно-предметної компетенції (кільк. студ.)			
Показник: професійний					
ЕТАП	Групи (кільк. студ.)	Високий (b=1)	Середній (b=0,5)	Мінімальний (b=0)	Не впоралися
Контрольно-узагальнюючий	КГ (81)	18	27	31	5
	ЕГ (95)	27	32	34	2

Контроль ділової соціокультурної компетенції (табл. 3.10) засвідчив поліпшення обізнаності студентів ЕГ з питань соціокультурних особливостей ділових стосунків у різних країнах світу.

Таблиця 3.10

**Рівні сформованості ділової соціокультурної компетенції студентів КГ та ЕГ
(контрольно-узагальнюючий етап)**

Критерій: комунікативно-практичний		Рівні сформованості ділової соціокультурної компетенції (кільк. студ.)			
Показник: соціокультурний					
ЕТАП	Групи (кільк. студ.)	Високий (с=1)	Середній (с=0,5)	Мінімальний (с=0)	Не впоралися
Контрольно-узагальнюючий	КГ (81)	14	30	31	6
	ЕГ (95)	29	36	29	1

Перевірка інтеракційної компетенції (табл. 3.11) виявила позитивні зміни у студентів ЕГ щодо таких основних умінь інтеракції, як ініціювання, підтримання розмови, аргументування, переконання тощо. Покращилася здатність до швидкого та влучного реагування, поменшало пауз та сумнівів, пов'язаних з пошуком та формулюванням потрібних висловлювань.

Таблиця 3.11

**Рівні сформованості інтеракційної компетенції студентів КГ та ЕГ.
Контрольно-узагальнюючий етап**

Критерій: комунікативно-практичний		Рівні сформованості інтеракційної компетенції (кільк. студ.)			
Показник: інтеракційний					
ЕТАП	Групи (кільк. студ.)	Високий (d=1)	Середній (d=0,5)	Мінімальний (d=0)	Не впоралися
Контрольно-узагальнюючий	КГ (81)	17	25	34	5
	ЕГ (95)	21	41	30	3

Рисунки 3.2, 3.3 ілюструють зміни рівнів сформованості ПДКК студентів ЕГ на констатувальному та контрольно-узагальнюючому етапах.

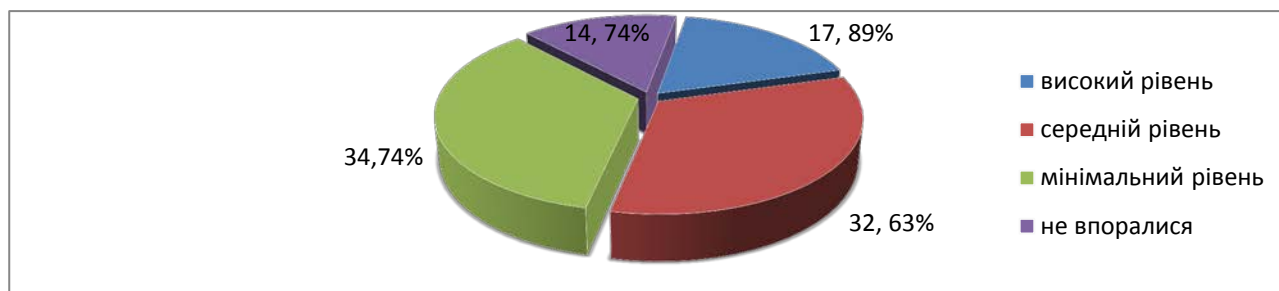


Рис. 3.2. Рівні сформованості ПДКК студентів ЕГ (констатувальний етап).

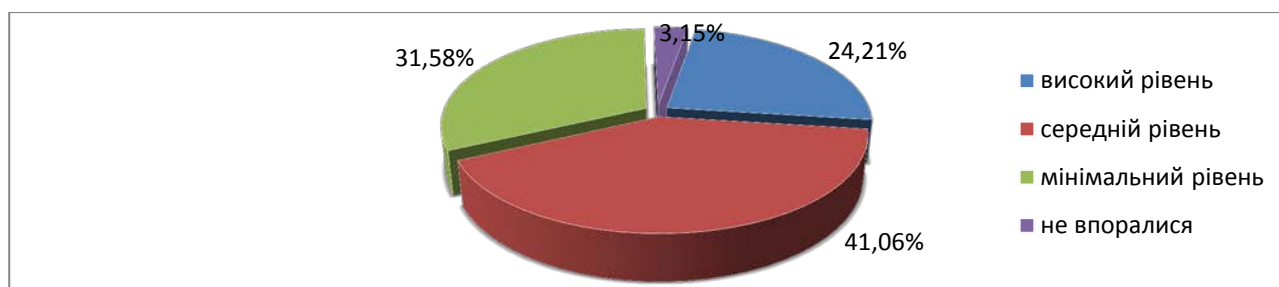


Рис. 3.3. Рівні сформованості ПДКК студентів ЕГ (контрольно-узагальнюючий етап).

Для підтвердження достовірності результатів контрольно-узагальнюючого етапу експерименту стосовно змін рівнів сформованості ПДКК студентів КГ та ЕГ ми звернулися до критерію К. Пірсона χ^2 , оскільки застосування цієї методики рекомендується за умови випадкової вибірки складу контрольної та експериментальної груп [48, с. 96].

Даний метод використовується для зіставлення розподілу об'єктів двох сукупностей за станом певної характеристики на основі вимірювань за шкалою найменувань даної характеристики у двох незалежних вибірках із сукупностей, що розглядаються.

Для визначення ступеня достовірності отриманих результатів нами було сформульовано відповідні гіпотези. Згідно з нульовою гіпотезою (H_0) отримані емпіричні дані у вибірках недостовірні і розподіл отриманих даних за відповідними показниками є випадковим. Альтернативна гіпотеза передбачає істотну значущість отриманих результатів у вибірках та спростовує їх випадковість. Для прийняття

рішення про правомірність тієї чи іншої гіпотези постає необхідним обчислення на основі даних констатувального та контрольнo-узагальнюючого етапів експерименту значення критеріїв $T_{\text{конст}}$ та $T_{\text{контр}}$, статистичне значення яких визначаємо за формулою:

$$T = \frac{1}{n_1 \times n_2} \sum_{i=1}^c \frac{(n_1 O_{2i} - n_2 O_{1i})}{(O_{1i} + O_{2i})}$$

де:

n_1 та n_2 – кількість студентів у першій (експериментальна) та другій (контрольна) вибірках;

O_{1i} – кількість студентів у першій виборці, що характеризується певним рівнем сформованості ІПДКК;

O_{2i} – кількість студентів у другій виборці, які мають зазначену характеристику.

Отримане у ході підрахунків статистичне значення критерію $T_{\text{конст}}$ порівнюємо з критичним значенням критерію $T_{\text{табл}}$, яке в педагогічних дослідженнях складає 0,05 або 5%. Якщо одержане значення критерію виявляється нижче чи дорівнює критичному, приймається нульова гіпотеза, тобто вважається, що на заданому рівні значущості 0,05 показники експериментальної та контрольної груп є випадковими. Натомість, якщо статистичне значення критерію $T_{\text{конст}}$ є вищим за критичне, нульова гіпотеза відхиляється і приймається альтернативна гіпотеза.

Порівнюємо значення $T_{\text{конст}}$, отримане в результаті підрахунків, з критичним значенням $T_{\text{табл}}$, що визначаємо за таблицею Γ [48, с. 130], та значення $T_{\text{контр}}$ з $C-1$ ступенем вільності:

На констатувальному етапі:

$$T(\text{конст}) = \frac{1}{81 \times 95} \sum_{i=1}^c \left[\frac{(81 \times 15 - 95 \times 17)^2}{(15 + 17)} + \frac{(81 \times 27 - 95 \times 31)^2}{(27 + 31)} + \frac{(81 \times 30 - 95 \times 33)^2}{(30 + 33)} + \frac{(81 \times 9 - 95 \times 14)^2}{(9 + 14)} \right] = 5,005$$

$$T(\text{конст}) > 0,05$$

На контрольнo-узагальнюючому етапі:

$$T_{\text{(контр)}} = \frac{1}{81 \times 95} \sum_{i=1}^c \left[\frac{(81 \times 16 - 95 \times 23)^2}{(16 + 23)} + \frac{(81 \times 30 - 95 \times 39)^2}{(30 + 39)} + \frac{(81 \times 28 - 95 \times 30)^2}{(28 + 30)} + \frac{(81 \times 7 - 95 \times 3)^2}{(7 + 3)} \right] = 7,46$$

Значення $T_{\text{контр}}$ на контрольно-узагальнюючому етапі експерименту дорівнює 7,46.

$$7,46 > 5,991$$

$$T_{\text{(контр)}} > T_{\text{(табл)}}$$

Отже, нульова гіпотеза спростовується, що підтверджує, що виявлені розбіжності у рівнях сформованості ІПДКК студентів КГ та ЕГ не випадкові, а є результатом цілеспрямованої діяльності.

Таким чином, педагогічний експеримент підтвердив правомірність висунутої гіпотези дослідження, виявивши дієвість авторської моделі формування ІПДС у майбутніх економістів у процесі вивчення професійно-орієнтованих дисциплін, яку було реалізовано у факультативному спецкурсі “Основи ІПДС” для студентів напрямів підготовки “Економіка та підприємництво”, “Менеджмент та адміністрування” освітньо-кваліфікаційного рівня “бакалавр”, що підтвердилося вхідним та вихідним аналізом рівнів сформованості ІПДКК студентів, а також результатами математичної перевірки достовірності отриманих результатів.

Висновки до третього розділу

На основному етапі педагогічного експерименту студентам ЕГ було запропоновано на добровільній основі залучитися до опрацювання розробленого нами факультативного спецкурсу “Основи ІПДС”, який вміщував чотири змістові частини відповідно до виокремлених нами компетенцій у складі ІПДКК. Навчання здійснювалося на підґрунті розробленої моделі та на практиці реалізувало усі її положення: мету, підходи, зміст, принципи, методи та прийоми навчання, засоби навчання. Значної уваги було надано реалізації відповідних педагогічних умов.

Так, спроба запровадження інтеграційного освітнього середовища у процес навчання майбутніх економістів ПДС знайшла своє відображення в реалізації відповідних положень, що були віднесені нами до її складу: професійно-орієнтоване навчання ПДС досягалося шляхом забезпечення змістової інтеграції факультативного спецкурсу “Основи ПДС” з такими дисциплінами, як “Основи економічної теорії”, “Мікроекономіка”, “Макроекономіка”, “Регіональна і національна економіка”, “Міжнародні економічні відносини”, “Економіка підприємства”, “Маркетинг”, “Корпоративна культура управління”, “Психологія”, “Українська мова (за професійним спрямуванням)” тощо при інтегруючій ролі дисципліни “Англійська мова (за професійним спрямуванням)”; інтеграція традиційних та технічних засобів навчання забезпечувалася використанням комп’ютерної техніки та значної кількості матеріалів з мережі Інтернет, розміщених у вільному доступі (репортажі, інтерв’ю, матеріали з сайтів відомих економічних журналів, газет), а також використанням таких традиційних засобів навчання, як друковані наукові статті у журналах (“Економіка: реалії часу”, “Актуальні проблеми економіки”, “Економіка розвитку”, “Економічні інновації” й ін.), робочі зошити, роздатковий матеріал; поряд із традиційним аудиторним навчанням було внесено елемент дистанційного навчання, що передбачало самостійне дистанційне виконання домашніх завдань (таких, як складання ділових листів, резюме тощо) з подальшим надсиланням на електронну адресу викладача, що дозволило активізувати співпрацю поза аудиторією; у рамках реалізації інтеграції наукової сфери та професійної освіти майбутніх економістів було налагоджено практичну співпрацю з науковцями-економістами, укладено додаткові дискусійні запитання для студентів щодо актуальних економічних проблем, що разом з опрацюванням наукових статей й інших матеріалів формувало наукову думку студентів, розвивало навички роботи з науковими джерелами інформації, формувало здатність до аналізу, порівняння, прогнозування тощо.

Друга педагогічна умова – залучення студентів до активної міжособистісної взаємодії у ситуаціях, наближених до реальної професійної діяльності – реалізовувалася шляхом спонукання студентів до спілкування у різноманітних

спроєктованих ситуаціях ПДС (ситуації встановлення ділових контактів/стосунків, ситуації спілкування у повсякденній професійній діяльності, ситуації міжнародних економічних конференцій, форумів), що сприяло одномоментному розвитку всіх компетенцій у складі ПДКК, формувало здатність не губитися у будь-якій ситуації.

Третя педагогічна умова – сприяння зацікавленості майбутніх економістів до опанування ПДС – була реалізована шляхом урахування інтересів та побажань студентів, викладачів, науковців, що були з'ясовані під час попереднього анкетування та бесід. До змісту навчання було включено відеоматеріали он-лайн, наукові статті, дискусійні запитання. Було запроваджено широкий ряд практичних прийомів у рамках комунікативного та інтерактивного методів, серед яких ділові ігри, рольові відтворення діалогів, практичні завдання з елементом змагання, дискусії/дебати, доповіді й ін., що сприяло підвищенню зацікавленості студентів до навчання.

На контрольно-узагальнюючому етапі експерименту було здійснено перевірку набутого рівня сформованості ПДКК студентів та їх рівня зацікавленості до опанування ПДС. Моніторинг результатів студентів КГ та ЕГ за коефіцієнтом сформованості ПДКК виявив позитивні зрушення у студентів ЕГ, а також підвищення зацікавленості до опанування ПДС.

Так, з 17 до 23 осіб зростає кількість студентів ЕГ з високим рівнем сформованості ПДКК, з 31 до 39 осіб – з середнім, а кількість студентів з мінімальним рівнем – зменшилася з 33 до 30 осіб. З 14 до 3 осіб скоротилася кількість студентів ЕГ, які не досягли мінімального рівня сформованості ПДКК, у той час, як у студентів КГ значних змін не відбулося.

Перевірку достовірності емпіричних даних було здійснено за допомогою критерію Пірсона χ^2 . Визначене статистичне значення $T_{\text{контр}}$ для груп КГ та ЕГ становило 7,46, що перевищило табличне значення ($T_{\text{табл}} = 5,955$) та засвідчило достовірність одержаних даних на рівні значущості 0,05. Отже, у переважній більшості студентів ЕГ вдалося сформувати ПДКК від мінімально необхідного рівня до високого рівня сформованості.

Основні положення третього розділу висвітлено у публікаціях: [154; 164; 166].

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У дисертації висвітлено теоретико-еспериментальне дослідження проблеми формування іншомовного ділового спілкування у майбутніх економістів у процесі вивчення професійно-орієнтованих дисциплін, результати якого дають змогу зробити такі висновки:

1. Спілкування є складною міжособистісною взаємодією людей, під час якої відбувається обмін інформацією, взаємовплив, взаємовідносини з метою досягнення широкого кола життєвих цілей. Поняття “ділове спілкування економістів” доцільно конкретизувати як “професійно-ділове спілкування економістів”, що є складною міжособистісною взаємодією у межах професійної діяльності економістів та вимагає від суб’єктів спілкування активного прояву власних професійних знань та якостей з метою налагодження ефективного співробітництва для вирішення робочих завдань; здійснюється у специфічному інтеграційному професійно-діловому середовищі, яке є сукупністю взаємодіючих варіативних факторів процесу спілкування, зумовлених його об’єктивними умовами та індивідуальними якостями суб’єктів спілкування, які вступають у взаємовплив у кожній конкретній ситуації.

2. Іншомовне професійно-ділове спілкування економістів є складним процесом міжособистісної професійно-ділової взаємодії, що здійснюється іноземною мовою та вимагає від сторін спілкування активного прояву власних професійних знань та якостей з метою встановлення ділових контактів, налагодження ефективного співробітництва для вирішення широкого ряду завдань у межах професійної діяльності економістів. Навчання майбутніх економістів ІПДС має здійснюватися за компетентнісним підходом та спрямовуватися на формування ІПДКК як складного особистісного феномена, що виявляє здатність економіста повною мірою реалізовувати ІПДС з метою вирішення професійних завдань; містить компоненти – комунікативні компетенції: лінгвістично-мовленнєву (володіння мовою як теоретичною системою та здатність користуватися нею під час говоріння, аудіювання, читання і письма), професійно-предметну (здатність виявляти обізнаність з питань професії, спілкуючись іноземною мовою), ділову соціокультурну (відповідає за соціокультурний аспект ІПДС), інтеракційну

(компетенція міжособистісної взаємодії), які є взаємопов'язаними та мають формуватися нерозривно одна від одної.

3. Охарактеризовано сутність іншомовної професійно-орієнтованої підготовки майбутніх економістів як комплексного процесу, спрямованого на формування ПДКК, який характеризується професіоналізацією особистості студента, підвищенням самостійності, зацікавленості та навчальної активності, а також має такі організаційні особливості: урахування зв'язків іноземної мови з фаховими дисциплінами з метою набуття інтегрованих знань, тобто професійних знань та здатності оперувати ними засобами іноземної мови; ситуативність, комунікативність, інтерактивність навчального процесу, спрямована на розвиток здатності до таких видів ПДС, як доповідь, ділова нарада, дискусія, переговори, інтерв'ю, телефонна розмова, ділове листування тощо, що у мовному плані забезпечується іншомовною економічною термінологією, лінгвістичними особливостями ПДС, вживанням типових формул звертання, запитання, прохання, згоди, заперечення тощо; варіативність змістово-тематичного наповнення відповідно до швидких змін у сучасній світовій економіці, використання відповідних автентичних навчальних матеріалів; обізнаність викладача іноземної мови з широкого ряду економічних питань.

4. Необхідність вирішення проблем та суперечностей, окреслених у дисертації, зумовила розробку моделі формування ПДС у майбутніх економістів у процесі вивчення професійно-орієнтованих дисциплін. Модель фіксувала проєктований процес організації такого навчання, розкриваючи основні методичні засади формування ПДС у майбутніх економістів: мету, принципи, зміст, засоби, методи, прийоми навчання, а також описуючи відповідні педагогічні умови.

Доведено, що процес навчання ПДС відбувається ефективно, якщо реалізуються такі педагогічні умови: запровадження інтеграційного освітнього середовища у процес навчання майбутніх економістів ПДС як базової умови, що забезпечує реалізацію сучасних інтеграційних напрямів в освіті з урахуванням специфіки іншомовної підготовки майбутніх економістів та передбачає реалізацію наступних положень: професійно-орієнтоване навчання, набуття студентами

інтегрованих знань; інтеграція наукової сфери та професійної освіти майбутніх економістів у контексті іншомовної підготовки; поєднання традиційних та технічних засобів навчання; поєднання традиційного аудиторного навчання з елементом дистанційного навчання. А також інші умови: залучення студентів до активної міжособистісної взаємодії у ситуаціях, наближених до реальної професійної діяльності; сприяння зацікавленості студентів до опанування ІПДС.

5. Здатність майбутніх економістів до ІПДС доцільно визначати за такими критеріями: мотиваційний критерій та показники (зацікавленість до опанування ІПДС як ключовий показник мотивації студентів у рамках їхньої навчальної діяльності у ВНЗ, усвідомлення важливості володіння іноземною мовою для професійної діяльності економіста, бажання використовувати іноземну мову у подальшій професійній діяльності) та комунікативно-практичний критерій (сформованість ІПДКК особи) та показники (лінгвістично-мовленнєвий, професійний, соціокультурний, інтеракційний). Визначено та схарактеризовано рівні сформованості ІПДКК: мінімальний, середній та високий. Сплановано відповідні заходи контролю, укладено комплекси контрольних завдань та методику їх оцінювання.

6. Результати дослідження підтвердили ефективність авторської моделі, яку було втілено у факультативному спецкурсі “Основи ІПДС”, зміст якого корелював та збагачував зміст дисциплін “Основи економічної теорії”, “Регіональна і національна економіка”, “Міжнародні економічні відносини”, “Економіка підприємства”, “Маркетинг” тощо при інтегруючій ролі дисципліни “Англійська мова (за професійним спрямуванням)”. Моніторинг результатів показав помітні позитивні зрушення: кількість студентів ЕГ з високим рівнем сформованості ІПДКК зросла до 24,21%, з середнім – до 41,05%; з мінімальним – зменшилася до 31,58%, а тих, хто не впоралися – до 3,16%. Підвищилася зацікавленість студентів ЕГ до опанування ІПДС.

Математична перевірка емпіричних даних за критерієм К. Пірсона χ^2 підтвердила достовірність одержаних результатів дослідження.

Результати дослідження засвідчили, що мету досягнуто, завдання реалізовано, гіпотеза підтвердилася. Однак, проведене дослідження не вичерпує усіх питань даної проблематики. Вбачаємо перспективними подальші наукові розвідки проблеми спілкування у професійній діяльності фахівців, а також вивчення можливостей запровадження інтеграційного освітнього середовища як базової педагогічної умови організації навчання іншомовного професійно-ділового спілкування студентів різних спеціальностей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агабекян И.П. Английский язык для экономистов. Издание 4-е. Серия «Высшее образование»/ И.П. Агабекян, П.И. Коваленко. – Ростов н/Д.: «Феникс», 2004. – 416 с.
2. Адамьянц Т.З. Социальная коммуникация : Учебное пособие / Т.З. Адамьянц. – М.: Институт социологии РАН, 2005. – 158 с.
3. Айзікова Л.В. Компетенція та компетентність: до визначення понять у пошуках зарубіжних дослідників / Л.В. Айзікова // Науковий вісник ПНПУ ім. К.Д. Ушинського/ Збірник наукових праць / Одеса, ПНПУ ім. К.Д. Ушинського. – 2008. – Випуск 12. – С. 291 – 296.
4. Алексеева Л.Е. Методика обучения профессионально ориентированному иностранному языку : курс лекций / Л.Е. Алексеева. – СПб.: Филол. ф-т СПбГУ, 2007. – 136 с.
5. Алексеева О.В. Роль іншомовної компетенції в міжкультурній комунікації / О.В. Алексеева // Науковий вісник ПДПУ ім. К.Д. Ушинського / Збірник наукових праць / Одеса, ПДПУ ім. К.Д. Ушинського. – 2004. – Випуск 5 – 6. – С. 93 – 97.
6. Алексеева О.В. Сучасні тенденції виховання та освіти в розвинених країнах світу / О.В. Алексеева // Педагогіка і психологія. — 2004. — № 3. — С. 119—124.
7. Ананьев Б.Г. Человек как предмет познания / Борис Герасимович Ананьев. – СПб.: Питер, 2001. – 288 с. – (Серия “Мастера психологии”).
8. Англійська для економістів і бізнесменів: підручник / В.К. Шпак, О.О. Мустафа, Т.І.Бондар та ін.; За ред.. В.К.Шпака. – К.: Вища шк., 2001. – 223 с.
9. Андриенко А.С. Развитие иноязычной профессиональной коммуникативной компетентности студентов технического вуза (на основе кредитно-модульной технологии обучения) : автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд. пед. наук : спец. 13.00.08 “Теория и методика проф. образования” /А.С. Андриенко. — Ростов – на – Дону, 2007.— 26 с.
10. Аничков И.Е. Методика преподавания английского языка в средней школе. (на англ. яз.) / И.Е. Аничков, В.Н. Саакянц. – М. – Л.: Просвещение, 1966. – 248 с.

11. Аскеров Э.М. Многокритериальная модель оценивания профессиональной компетенции специалистов / Э.М. Аскеров // Информатика в образовании. — 2009. — № 8. — С. 110—112.
12. Барбіна Є.С. Професійна підготовка фахівців у системі неперервної освіти: вузівський етап / Є.С. Барбіна // Педагогічні науки: зб. наук. праць. — 2011. — Вип. 60. — С. 191 – 195.
13. Бахрамов Ю.М. Организация внешнеэкономической деятельности. Особенности менеджмента: Учебное пособие / Ю.М. Бахрамов, В.В. Глухов. — СПб.: Издательство «Лань», 2001. — 448 с.
14. Бердашкевич А.П. Интеграция образования и науки: федеральный закон и социальные процессы / А.П. Бердашкевич // Образовательные технологии. — 2008. — № 1. — С. 3—9.
15. Береза В. Комунікативна компетенція як основа формування національно свідомої особистості / В. Береза // Рідна школа. — 2007. — № 11 – 12. — С. 13 – 16.
16. Берестецька Н.В. Підготовка майбутніх офіцерів-прикордонників до професійного спілкування у процесі навчання гуманітарних дисциплін : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.04 „Теорія та методика професійної освіти” /Н.В. Берестецька. — Хмельницький, 2008.—20 с.
17. Бех І.Д. Теоретико-прикладний сенс компетентнісного підходу в педагогіці / І.Д. Бех // Педагогіка і психологія: Вісник АПН України. — 2009. —№ 2 (63). — С. 26-31.
18. Бим И.Л. Методика обучения иностранным языкам как наука и теория школьного учебника (опыт системно-структурного описания) / Инесса Львовна Бим. — М.: «Русский язык», 1977. — 288 с.
19. Білоочко Т.В. Інформаційно-освітнє середовище вищого навчального закладу / Т.В. Білоочко // Інноваційні комп'ютерні технології у вищій школі: м-ли 3-ї Науково-практичної конференції, 18-20 жовтня 2011 року, Львів; Національний університет "Львівська політехніка"; редколегія: Д.В. Федасюк, Л.Д. Озірковський, Т.В. Чайківський. — Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2011. — С. 6–9.

- 20.** Бойко А. Проблеми розвитку української освіти в умовах євроінтеграції / Анжела Бойко // Вища освіта України. — 2008. — № 2. — С. 34—39.
- 21.** Болотина Н.И. Содержание профессионально ориентированного обучения иностранному языку в неязыковом вузе / Н.И. Болотина // “Межкультурная коммуникация и профессионально ориентированное обучение иностранным языкам”: Материалы IV Междунар. науч. конф., посвящ. 89-летию образования Белорус. гос. ун-та (Минск, 29 октября 2010 г.) / редкол.: В.Г. Шадурский [и др.]. — Минск : Изд. центр БГУ, 2010. — С. 78 – 79.
- 22.** Бондар С. Термінологічний аналіз понять “компетенція” і “компетентність” у педагогіці: сутність та структура / Світлана Бондар // Освіта і управління. — 2007. — Т 10, № 2. — С. 93—100.
- 23.** Бородавкіна Н.Ю. Управление внешнеэкономической деятельностью: учеб.-метод. комплекс / Н.Ю. Бородавкіна. — Калининград: БФУ им. И. Канта, 2011. — 65 с.
- 24.** Борозенец Г.К. Интегративный подход к формированию коммуникативной компетентности студентов неязыковых вузов средствами иностранного языка : диссертация на стипендию уч. степ. доктора. пед. наук : спец. 13.00.08 “Теория и методика профессионального образования” / Г.К. Борозенец. — Тольятти , 2005.— 434 с.
- 25.** Бубнова Д.В. Методика навчання ділового спілкування англійською мовою студентів старших курсів вищих технічних навчальних закладів : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.02 “Теорія та методика навчання (германські мови)”/ Д.В. Бубнова. — К.: Національний лінгвістичний університет, 2007. — 24 с.
- 26.** Буева Л.П. Человек: Деятельность и общение / Л.П. Буева. — М.: Мысль, 1978. — 216 с.
- 27.** Бучацька С.М. Формування психологічної готовності студентів до ділового спілкування іноземними мовами : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : спец. 19.00.07 “Педагогічна та вікова психологія”/ С.М. Бучацька. — Хмельницький, 2009. — 22 с.

- 28.** Великий тлумачний словник сучасної української мови / [уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел]. – К.; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2002. – 1440с.
- 29.** Вереїтіна І.А. Інтегроване навчання майбутніх екологів професійно-орієнтованого спілкування англійською мовою : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.02 – “теорія та методика навчання (германські мови)” / І.А. Вереїтіна. – Одеса, 2011. – 27 с.
- 30.** Відеограмматика англійського язика, 1-2 часть / Л.Г. Данцевич, М.Н. Неврева, Л.Е. Цапенко и др. – Одесса: ОНПУ, 2009. – [електронний ресурс].
- 31.** Вишневська К.Г. Педагогічні умови професійно орієнтованого навчання іноземних мов майбутніх фахівців економічного профілю : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.04 – “теорія та методика професійної освіти” / К.Г. Вишневська. – Одеса, 2011. – 21 с.
- 32.** Вишневська К.Г. Проблема підготовки студентів до іншомовного спілкування засобами професійно-орієнтованого навчання / К.Г. Вишневська // Науковий вісник ПНПУ ім. К.Д. Ушинського. – Одеса, ПНПУ ім. К.Д. Ушинського. – 2010. – Випуск 7 – 8. – С. 242 – 249.
- 33.** Вишпольська В.Ф. Формування базових компетентностей майбутніх економістів-міжнародників у професійній підготовці : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.04 – “теорія та методика професійної освіти” / В.Ф. Вишпольська. – Хмельницький, 2013. – 23 с.
- 34.** Вітвицька С.С. Основи педагогіки вищої школи: Методичний посібник для студ. магістратури/ С.С. Вітвицька. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 316 с.
- 35.** Выготский Л.С. Мышление и речь: Психологические исследования / Л.С. Выготский ; [Под ред. и со вступит. статьей В. Колбановского]. – М.-Л.: Государственное социально-экономическое издательство, 1934. – 326 с.
- 36.** Выготский Л.С. Собрание сочинений: В 6 томах. Т. 2. Проблемы общей психологии / Лев Семенович Выготский. – М.: Педагогика, 1982. – 504 с.
- 37.** Гавриленко О.М. Формування іншомовного професійного спілкування студентів економічних спеціальностей / О.М. Гавриленко // Наукові записки

КДПУ ім.В.Винниченка. – Серія: Педагогічні науки. – Кіровоград, 2013. – Вип.121, Ч.1. – С.177– 181.

38. Гавриленко О.М. Концептуальні основи інтерактивних методів навчання іноземних мов у технічному ВНЗ / О.М. Гавриленко // Наукові записки КДПУ ім.В.Винниченка. – Серія: Педагогічні науки. – Кіровоград, 2013. – Вип.123, Ч.2. – С.59– 63.

39. Газман О.С. Общение и состояния детского коллектива/ О.С. Газман // Общение как педагогическая проблема : сборник научных трудов / под ред. А.В. Мудрика. – М.: Научно-исследовательский институт общей педагогики АПН СССР, 1974. – С. 46 – 50.

40. Галузевий стандарт вищої освіти України. Освітньо-кваліфікаційна характеристика бакалавра. Напрямок підготовки 6.030601 «Менеджмент». – К.: МОН України, 2012. – 23 с.

41. Галузевий стандарт вищої освіти України. Освітньо-кваліфікаційні характеристики бакалавра, спеціаліста і магістра спеціальності «Маркетинг» напряму підготовки 0501 «економіка і підприємництво»/ Кол. авторів за заг. керівн. А.Ф. Павленка . – К.: КНЕУ, 2004. – 25 с.

42. Гальскова Н.Д. Теория обучения иностранным языкам. Лингводидактика и методика: Учеб. пособ. для студ. лингв. ун-тов и фак. ин. яз. высш. пед. учеб. завед./ Н.Д. Гальскова, Н.И. Гез. – 3-е изд., стер. – М.: “Академия”, 2006. – 336 с.

43. Гез Н.И. Формирование коммуникативной компетенции как объект зарубежных методических исследований / Н.И. Гез // Иностранные языки в школе. – 1985. – № 2. – с. 17– 24.

44. Голиков А.П. Международные экономические термины: словарь-справочник. Учебное пособие / А.П. Голиков, П.А. Черномаз. – К.: Центр учебной литературы, 2008. – 376 с.

45. Головань М. Компетенція і компетентність: досвід теорії, теорія досвіду / Микола Головань // Вища освіта України. — 2008. — № 3. — С. 23—30.

46. Гончаренко С.У. Український педагогічний словник / С.У. Гончаренко. – К.: Либідь, 1997. – 374 с.

- 47.** Гордієнко В.П. Професійно-мовленнєва підготовка майбутніх молодших спеціалістів біржової діяльності : автореф. дис. на здоб. наук. ступ. канд. пед. наук: спец. 13.00.04 – “теорія та метод. проф. освіти” / В.П. Гордієнко. – Київ, 2013. – 22 с.
- 48.** Грабарь М.И. Применение математической статистики в педагогических исследованиях. Непараметрические методы // М.И. Грабарь, К.А. Краснянская. – М.: Педагогика, 1977. – 136 с.
- 49.** Григорович О.В. Науково-пізнавальна компетентність студентів: сутність, структура та засоби формування // Науковий вісник ПНПУ ім. К.Д. Ушинського. – Одеса: ПНПУ ім. К.Д. Ушинського. – 2008. – Випуск 10 – 11. – С. 176 – 184.
- 50.** Грузинская И.А. Методика преподавания иностранного языка в средней школе [5-е изд.] / И.А. Грузинская. – М.: Государственное учебно-педагогическое издательство Министерства просвещения РСФСР, 1947. – 223 с.
- 51.** Гуляева Т.О. Роль комп'ютерних технологій у процесі формування самоосвітніх умінь у студентів / Т.О. Гуляева, В.Д. Шарко // Науковий вісник Ужгородського нац. ун-ту. Серія : Педагогіка. Соціальна робота. – Ужгород : УжНУ “Говерла”, 2008. – Вип. 14. – С. 33–35.
- 52.** Державна національна програма “Освіта” (“Україна ХХІ ст.”). Кабінет Міністрів України. – [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/896-93-%D0%BF>.
- 53.** Дмитренко Т.А. Методика преподавания иностранного языка в вузе : Учеб. пособ. для студ. языковых вузов / Татьяна Алексеевна Дмитренко. – М.: МЭЛИ, 2009 – 92 с.
- 54.** Доловова Н.Н. Формирование коммуникативной компетентности студентов в педагогическом пространстве технического вуза (на примере курса “Иностранный язык”) : диссертация на соискание уч. степ. канд. пед. наук : спец. 13.00.08 “Теория и методика проф. образования” / Н.Н. Доловова. — Ульяновск, 2003.— 222 с.
- 55.** Дорошенко С.І. Загальне мовознавство: Навч. посіб. / С.І. Дорошенко. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 288 с.

- 56.** Дорошук А.А. Основи менеджменту: Навчальний посібник / А.А. Дорошук. – Одеса: Вид-во Одеського юридичного інституту НУВС, 2006. - 236 с.
- 57.** Епифанцева А.С. Формирование иноязычной коммуникативной компетентности студента медицинского колледжа : автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд. пед. наук : спец. 13.00.08 “Теория и метод. проф. образования” /А.С. Епифанцева. — Оренбург, 2010.—24 с.
- 58.** Жинкин Н.И. Речь как проводник информации / Николай Иванович Жинкин. – М.: Наука, 1982. – 159 с.
- 59.** Жовтанецький О. Цікава економіка: Навч. посібник. – 2-ге видання, доповн. та уточн. / Олег Жовтанецький, Надія Чуба. – Львів: Апріорі, 2010. – 408 с.
- 60.** Жовтюк Н.П. Зміст навчання професійно спрямованого діалогічного мовлення студентів медичних спеціальностей / Н.П. Жовтюк // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету ім. Володимира Гнатюка. Серія: Педагогіка. – 2011. – № 2. – С. 170 – 174.
- 61.** Заболотська О.О. Іншомовна підготовка студентів немовних спеціальностей в умовах глобалізації / О.О.Заболотська // Педагогічні науки: зб. наук. праць. – 2015. – Вип. 67. – С. 232 – 240.
- 62.** Заболотська О.О. Методика формування комунікативної культури студентів на практичних заняттях з іноземних мов / О.О.Заболотська // Наука і освіта. – 2009 . – № 3. – С. 90 – 93.
- 63.** Заболотська О.О. Формування кроскультурної компетенції студентів / О.О.Заболотська // Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. – №13 (224). – 2011. – Ч. I. – С. 74 – 86.
- 64.** Загальноєвропейські Рекомендації з мовної освіти: вивчення, викладання, оцінювання / Наук. ред. українського видання доктор пед. наук, проф. С.Ю. Ніколаєва. – К.: Ленвіт, 2003. – 273 с.
- 65.** Закон України “Про вищу освіту”. Кабінет Міністрів України. – [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
- 66.** Землянская О.В. Профессионально-направленное обучение иноязычному общению / О.В. Землянская // Педагогические науки. – 2006. – № 4 . – С. 105 – 110.

- 67.** Зимняя И.А. Ключевые компетентности как результативная целевая основа компетентностного подхода в образовании. Авторская версия: труды методолог. семинара “Россия в Болонском процессе: проблемы, задачи, перспективы” / И.А. Зимняя. – М.: Исслед. центр проблем качества подгот. специалистов, 2004. – 42 с.
- 68.** Зимняя И.А. Педагогическая психология : учебник [для студ. высш. уч. зав.]; изд. 2-е, перераб. и доп. / Ирина Алексеевна Зимняя. – М. : Логос, 2000. – 384 с.
- 69.** Иваненко Г.Л. Владение иноязычным деловым общением как неперемное условие профессиональной компетентности современного специалиста / Г.Л. Иваненко // “Межкультурная коммуникация и профессионально ориентированное обучение иностранным языкам”: Материалы V Междунар. науч. конф., посвящ. 90-летию образования Белорус. гос. ун-та (Минск, 28 октября 2011 г.) / редкол.: В.Г. Шадурский [и др.]. – Минск : Изд. центр БГУ, 2011. – С. 18 – 19.
- 70.** Изаренков Д.И. Базисные составляющие коммуникативной компетенции и их формирование на продвинутом этапе обучения студентов-нефилологов/ Д.И. Изаренков // Русский язык за рубежом. – №4. – 1990. – С. 54 – 60.
- 71.** Искандарова О.Ю. Теория и практика формирования иноязычной профессиональной компетентности специалиста: диссертация на соискание ученой степени докт. пед. наук : спец. 13.00.01 – 13.00.08 “Общая педагогика” – “Теория и методика проф. образования” / О.Ю. Искандарова. — Оренбург, 2000.— 376 с.
- 72.** Измайлова О.А. Формування іншомовної комунікативної компетенції як структурного компоненту комунікативної культури студентів мовних ВНЗ/ О.А. Измайлова // Викладання мов у вищих навчальних закладах освіти. – 2010. – № 17. – с. 66 – 72.
- 73.** Ісаєнко С.А. Компетенція і компетентність фахівця у контексті його професіоналізму / С.А. Ісаєнко, О.В. Ільїна // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України / Серія “Педагогіка, психологія, філософія”/. – К.: НУБіП України. – 2011. – № 159, Ч. 4. – С. 209 – 215.
- 74.** Каверіна О.Г. Інтегративний підхід до формування готовності студентів вищих технічних навчальних закладів до професійної комунікації : автореф. дис. на

здобуття наук. ступеня докт. пед. наук : спец. 13.00.04 “Теорія і методика професійної освіти” / О.Г. Каверіна. – К., 2010. – 44 с.

75. Каверіна О.Г. Інтегративний підхід до формування готовності студентів вищих технічних навчальних закладів до професійної комунікації: Монографія / За ред. П.В. Стефаненко // МОН України. АПН України. Інститут педагогічної освіти і освіти дорослих. – Д.: ООО Фирма Друк-Инфо, 2009. – 275 с.

76. Каган М.С. Мир общения: Проблема межсубъектных отношений / М.С. Каган. – М.: Политиздат, 1988. – 319 с. – (Над чем работают, о чем спорят философы).

77. Каган М.С. Общение как предмет междисциплинарного научного исследования / М.С. Каган // Общение и культура личности: Сборник статей / Отв. ред. Э.В. Бурмакин. – Томск: Издательство Томского ун-та, 1984. – С. 3 – 19.

78. Коджаспирова Г.М. Словарь по педагогике / Г.М. Коджаспирова, А.Ю. Коджаспиров. – М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д.: ИКЦ «МарТ», 2005. – 448 с.

79. Казанцев А.К. Основы менеджмента. Практикум: Учебное пособие – 2-е изд. / А.К. Казанцев, В.И. Малюк, Л.С. Серова. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 544 с.

80. Калінін В.О. Формування професійної компетентності майбутнього вчителя іноземної мови засобами діалогу культур: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук: спец. 13.00.04 “теорія та методика проф. освіти”/ В.О. Калінін. – Житомир: Житомирськ. держ. ун-т ім. І.Франка, 2005. — 20 с.

81. Караєва Т.В. Формування змісту навчання ділової англійської мови студентів економічних спеціальностей / Т.В. Караєва // Вісник Запорізького національного університету. – 2011. – № 3 (16). – С. 97 – 103.

82. Касаткіна О.В. Психолого-педагогічні основи розвитку комунікативної компетентності студентів (на прикладі вивчення англійської мови) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : спец. 19.00.07 “Педагогічна та вікова психологія” /О.В. Касаткіна. – Івано-Франківськ, 2007. – 23 с.

83. Ковалев Г.А. Проблема общения и детерминации психического в работах советских психологов / Г.А. Ковалев, Л.А. Радзиховский // Общение и развитие психики : Сборник научных трудов / Под ред. А.А. Бодалева, Г.А. Ковалева. – М.: Изд-во НИИОП АПН СССР, 1986. – С. 7 – 21.

- 84.** Коваль А.П. Культура ділового мовлення. Писемне та усне ділове спілкування : 3-тє видання / А.П. Коваль. – К.: Вища школа, 1982. – 287с.
- 85.** Козак С.В. Формування іномовної комунікативної компетенції майбутніх фахівців морського флоту : автореф. дис. на здоб. наук. ступ. канд. пед. наук: спец. 13.00.04 – “теорія та методика проф. освіти” / С.В. Козак. – Одеса, 2001. – 20 с.
- 86.** Козак С.В. Формирование иноязычной коммуникативной компетенции будущих специалистов морского флота: диссертация на соиск. уч. степени канд. пед. наук : спец. 13.00.04 – “теорія и методика проф. образования” / С.В. Козак. – Одеса: ОНУ им. И.И. Мечникова, 2001. – 270 с.
- 87.** Козак Ю.Г. Международная экономика. Учебник. 4-е изд. перераб. и доп. / Ю.Г. Козак, Н. С. Логвинова, М. И. Барановская и др. – К.: Центр учебной литературы, 2012. – 608 с.
- 88.** Колесников А.К. Профессиональная компетенция и компетентность / А.К. Колесников, А.И. Санникова, К.Э. Безукладников // Педагогическое образование и наука. — 2009. — № 6. — С. 57—61.
- 89.** Колесников О.В. Основи наукових досліджень: Навчальний посібник [2-е вид., випр. та доп.] / О.В. Колесников. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 144 с.
- 90.** Компетентнісна освіта: від теорії до практики / [Бібік Н.М., Єрмаков І.Г., Овчарук О.В. та ін.]. – К.: Плеяди, 2005 – 120с.
- 91.** Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи: Бібліотека з освітньої політики. / [Бібік Н.М., Ващенко Л.С., Локшина О.І. та ін.]; за заг. ред. О.В. Овчарук. – К.: «К.І.С.», 2004. – 112с.
- 92.** Корнешук В.В. Методика в професійній освіті / В. В. Корнешук // Наука і освіта. – 2014. — № 1. – С. 131–134.
- 93.** Корнева І. Навчання студентів економічного профілю вищих навчальних закладів України ділової англійської мови за методикою “занурення” / І. Корнева // Іноземні мови. – 2004. – № 4 . – С. 54 – 58.
- 94.** Костюкова Т.А. Развитие иноязычной коммуникативной компетентности студентов неязыковых вузов: монография / Т.А. Костюкова, А.Л. Морозова. – Томск: Изд-во Томского политехнич. ун-та, 2011. – 119 с.

- 95.** Кочерган М.П. Вступ до мовознавства: Підручник для студ. філол. спец. вищих закладів освіти / Михайло Петрович Кочерган. – К.: “Академія”, 2000. – 368с.
- 96.** Кочерган М.П. Загальне мовознавство: Підручник для студ. філол. спец. вищих закладів освіти / М.П. Кочерган. – К.: “Академія”, 1999. – 288с.
- 97.** Кузьмина Ю.О. Формирование иноязычной компетентности будущих педагогов в вузе средствами самостоятельной работы (на основе дифференцированного подхода): автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд. пед. наук : спец. 13.00.08 “Теория и методика проф. образования” / Ю.О. Кузьмина. — Ульяновск, 2011.— 33 с.
- 98.** Курлянд З.Н. Педагогіка вищої школи : Навч. посіб. / З.Н. Курлянд, Р.І. Хмельюк, А.В. Семенова та ін. – 2-е вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2005. – 399 с.
- 99.** Курлянд З.Н. Професійно-креативне середовище ВНЗ – передумова підвищення якості підготовки майбутніх фахівців/ З.Н. Курлянд // е-журнал “Педагогическая наука: история, теория, практика, тенденции развития”. – 2009. – № 1. – режим доступу: http://intellect-invest.org.ua/rus/pedagog_editions_e-magazine_pedagogical_science_arhiv_pn_n1_2009_st_16/
- 100.** Кучай О. Компетенція і компетентність – відображення цілісності та інтеграційної суті результату освіти / О. Кучай // Рідна школа. — 2009. — № 11. — С. 44—48.
- 101.** Лазарева М.В. Интеграция как философская категория и педагогическое понятие / М.В. Лазарева // Педагогическое образование и наука . — 2007. — №3. — С. 33—35.
- 102.** Леонтьев А.А. Психология общения: Учебное пособие для студентов-психологов / А.А. Леонтьев. – Тарту: Тартуский государственный университет, 1974. – 220 с.
- 103.** Лиферов А.П. Интеграционные тенденции в мировом образовании / А.П. Лиферов // Педагогика. — 2009. — № 6. — С. 3—11.
- 104.** Ломов Б.Ф. Категории общения и деятельности в психологии / Б.Ф. Ломов // Вопросы философии. – 1979. – №8 . – С. 34 – 47.

- 105.** Лунгу Л.В. Теоретичні підходи до проблеми формування професійної компетентності майбутнього вчителя-словесника / Л.В. Лунгу // Науковий вісник ПНПУ ім. К.Д. Ушинського/ Збірник наукових праць / Одеса, ПНПУ ім. К.Д. Ушинського. – 2009. – Випуск 3. – С. 127 – 133.
- 106.** Львов М.Р. Основы теории речи: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / Михаил Ростиславович Львов. – М.: «Академия», 2000. – 248 с.
- 107.** Любашина В.В. До проблеми формування основ мовленнєвого етикету / В.В. Любашина // Науковий вісник ПНПУ ім. К.Д. Ушинського/ Збірник наукових праць / Одеса, ПНПУ ім. К.Д. Ушинського. – 2006. – Випуск 3 – 4. – С. 60 – 66.
- 108.** Маркетинг: Підручник / А.Ф. Павленко, І.Л. Решетнікова, А.В. Войчак, М.А. Окландер та ін.; За наук. ред. д-ра екон. наук, проф., акад. АПН України А.Ф. Павленка; Кер. авт. кол. д-р екон. наук, проф. І.Л. Решетнікова. — К.: КНЕУ, 2008. — 600 с.
- 109.** Маркетинг: Підручник / В.Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко, М.А. Окландер та ін.; Ред.-упор. О.І. Сидоренко, Л.С. Макарова. — 4-те вид. — К.: Навчально-метод. центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2009. — 648 с.
- 110.** Маркова А.К. Психология профессионализма / А.К. Маркова. — М.: Международный фонд "Знание", 1996. — 308 с.
- 111.** Мартынова Р.Ю. Цели и содержание обучения иностранным языкам на современном этапе / Р.Ю. Мартынова // Науковий вісник ПДПУ ім. К.Д. Ушинського. – Одеса, ПДПУ ім. К.Д. Ушинського. – 1999. – Випуск 3. – С. 6 – 10.
- 112.** Мартинова Р.Ю. Цілісна загальнодидактична модель змісту навчання іноземних мов / Р.Ю. Мартинова. – К.: Вища школа, 2004. – 456 с.
- 113.** Матвеева К.С. Педагогічні умови підготовки майбутніх економістів до міжнародної професійної діяльності засобами іноземної мови / К. С. Матвеева // Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. Сер : Педагогічні науки. – 2015. – Вип. 1. – С. 151-155.

- 114.** Международные экономические отношения: теория и политика. Учебное пособие. 2-е изд. перераб. и доп./ под ред. Козака Ю. Г. – К.: Центр учебной литературы, 2013. - 360 с.
- 115.** Методика викладання іноземних мов у середніх навчальних закладах: Підручник. Вид. 2-е, випр. і перероб. / Кол. авторів під керівн. С.Ю. Ніколаєвої – К.: Ленвіт, 2002. – 328 с.
- 116.** Методика обучения иностранным языкам в средней школе : Учебник / [Гез Н.И., Ляховицкий М.В., Миролубов А.А. и др.]. – М.: Высшая школа, 1982. – 373 с.
- 117.** Методика викладання іноземних мов у вищій школі / за ред. проф. Ю.О. Жлуктенка. – К.: Вища школа, 1971. – 223 с.
- 118.** Методичні вказівки до практичних занять з англійської мови за спеціальністю 6.030601 “Менеджмент” для студентів II курсу / Укл. Г.Ф.Дьяченко, Т.І. Кудінова, Т.В. Сиротинко. – Одеса: ОНПУ, 2008 – 34 с.
- 119.** Методичні вказівки до практичних занять з англійської мови за спеціальністю 6.030504 “Економіка підприємства” для студентів II курсу/ Укл. Г.Ф.Дьяченко, О.І. Петрова, Т.В. Сиротенко. – Одеса: ОНПУ, 2008 – 43 с.
- 120.** Методичні вказівки до практичних занять з професійної англійської мови за спеціальністю 6.030507 “Маркетинг” для студентів II курсу / Авт.: Г.Ф.Дьяченко, М.М. Неврева, Н.І.Топча. – Одеса: Наука і техніка , 2011. – 40 с.
- 121.** Метьолкіна О.М. Зміст професійно орієнтованого навчання англомовного діалогічного мовлення майбутніх митників / О.М. Метьолкіна // Теоретичні питання культури, освіти та виховання: зб. наук. праць. – Вип. 42. – К. : Вид. центр КНЛУ, 2010. – С. 147–152.
- 122.** Миньяр-Белоручев Р.К. Методика обучения французскому языку: Учеб. пособие для студентов пед. ин-тов по спец. “Иностр. яз” / Р.К. Миньяр-Белоручев. – М.: Просвещение, 1990. – 224 с.
- 123.** Мудрик А.В. Опыт организации коллективного исследования проблемы общения/ А.В. Мудрик // Общение как педагогическая проблема : Сборник научных трудов / под ред. А.В. Мудрика. – М.: Научно-исследовательский институт общей педагогики АПН СССР, 1974. – С. 3 – 9.

- 124.** Навчальна програма дисципліни «Іноземна (англійська) мова за професійним спрямуванням» для студентів Інституту бізнесу, економіки та інформаційних технологій. Напрямок підготовки – 6.030601 «Менеджмент»/ М.М. Неврева, М.Г. Томенко, Н.І. Топча, Т.І. Кудінова. – Одеса: ОНПУ, 2011. – 10 с.
- 125.** Навчальна програма дисципліни «Іноземна (англійська) мова» для студентів Інституту бізнесу, економіки та інформаційних технологій. Напрямок підготовки – 6.030507 «Маркетинг»/ М.М. Неврева, Г.Ф. Дьяченко, Н.І. Топча та ін. – Одеса: ОНПУ, 2011. – 8 с.
- 126.** Навчальна програма дисципліни «Іноземна (англійська) мова» для студентів Інституту бізнесу, економіки та інформаційних технологій. Напрямок підготовки – 6.030509 “Облік та аудит” / М.М. Неврева, М.Г. Томенко, Н.І. Топча та ін. – Одеса: ОНПУ, 2011. – 22 с.
- 127.** Навчальна програма дисципліни «Іноземна (англійська) мова» для студентів Інституту бізнесу, економіки та інформаційних технологій. Напрямок підготовки – 6.030504 «Економіка підприємства» / М.М. Неврева, Г.Ф. Дьяченко, Т.І. Кудінова та ін. – Одеса: ОНПУ, 2011. – 8 с.
- 128.** Нагорна Н.В. Формування у студентів понять компетентності й компетенції / Н.В. Нагорна // Виховання і культура. — 2007. — № 1-2. — С. 266 — 268.
- 129.** Назаренко Н.А. Структурно-семантические и функциональные характеристики экономической терминологии (в рамках сегмента терминосферы “Рыночная экономика”) : диссертация на соиск. уч. степ. канд. филол. наук : спец. 10.02.19 “Теория языка” / Надежда Алексеевна Назаренко. – Ставрополь, 2005. – 272 с.
- 130.** Наказ Міністерства праці та соціальної політики України № 336 від 29.02.2004 Про затвердження Випуску 1 Довідника кваліфікаційних характеристик професій працівників. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uapravo.net/akty/postanowi-resolution/akt5qags5g/index.htm>.
- 131.** Наролина В.И. Компетентностный подход к современному профессиональному образованию и межкультурная коммуникативная

компетентность специалиста / В.И. Наролина // Мир образования – образование в мире. – 2008. – №4. – С. 3 – 12.

132. Національна доктрина розвитку освіти України у ХХІ ст. Мін-во освіти і науки України. Національна академія пед. наук України. – К.: Шкільний світ, 2001. – 24 с.

133. Національна стратегія розвитку освіти в Україні на період до 2021 року. – [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/344/2013>.

134. Немов Р.С. Психология: Учеб. для студ. высш. пед. учеб. заведений: В 3 кн. – 4-е изд. – Кн. 1: Основы общей психологии / Роберт Семенович Немов. – М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2003.— 688 с.

135. Никифоров В.И. Теория и практика высшего профессионального образования. Термины, понятия и определения : учеб.-метод. пособие / В.И. Никифоров, А.И. Сурыгин. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2009 – 141 с.

136. Ніколаєва С.Ю. Цілі навчання іноземних мов в аспекті компетентнісного підходу / С.Ю. Ніколаєва // Іноземні мови. – 2010. - № 2. – С. 11 – 17.

137. Ніколаєнко Ю.О. Підготовка студентів аграрних спеціальностей до професійного спілкування в іншомовному середовищі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук: спец. 13.00.04 – “Теорія і методика професійної освіти” / Ю.О. Ніколаєнко. – Київ, 2009. – 20 с.

138. Новгородцева И.В. Формирование профессионально-коммуникативной компетентности будущих инженеров в вузе : диссертация на соискание ученой степени канд. пед. наук : спец. 13.00.08 “Теория и метод. проф. образов.” / И.В. Новгородцева. — Нижний Новгород, 2008.— 260 с.

139. Нужна О.О. Професійно-орієнтоване навчання іноземній мові студентів немовних ВНЗ з використанням вправ та завдань в умовах кредитно-модульної системи / О.О. Нужна // Науковий вісник ПНПУ ім. К.Д. Ушинського / Збірник наукових праць / Одеса, ПНПУ ім. К.Д. Ушинського. – 2009. – Випуск 4 – 5 . – С. 108 – 113.

- 140.** Общение и культура личности: Сборник статей / Отв. ред. Э.В. Бурмакин. – Томск: Издательство Томского ун-та, 1984. – 176 с.
- 141.** Общение и оптимизация совместной деятельности / [Г.М. Андреева, Я. Яноушек, А.И. Донцов и др.] ; под ред. Г.М. Андреевой, Я. Яноушека. – М.: Изд-во МГУ, 1987. – 301 с.
- 142.** Общение и развитие психики : Сборник научных трудов / Под ред. А.А. Бодалева, Г.А. Ковалева. – М.: Изд-во НИИОП АПН СССР, 1986. – 176 с.
- 143.** Общение как педагогическая проблема : сборник научных трудов / под ред. А.В. Мудрика. – М.: Научно-исследовательский институт общей педагогики АПН СССР, 1974. – 96 с.
- 144.** Общение как предмет теоретических и прикладных исследований: тезисы Всесоюзного симпозиума 29 – 31 марта 1973 г., Ленинград / под ред. А.А. Бодалева, А.В. Даринского. – Л.: Изд-во ЛГУ им. А.А. Жданова, 1973. – 200 с.
- 145.** Общение. Текст. Высказывание. – М.: Наука, 1989. – 175 с.
- 146.** Овчинникова К.Р. Layer-технология проектирования современного учебного курса / К.Р. Овчинникова // Образовательные технологии. – 2009. – №3. – С. 59 – 65.
- 147.** Оганезова-Григоренко О.В. Підготовка майбутніх фахівців у контексті компетентнісної парадигми освіти / О.В. Оганезова-Григоренко // Науковий вісник ПНПУ ім. К.Д. Ушинського / Збірник наукових праць / Одеса, ПНПУ ім. К.Д. Ушинського. – 2010. – Випуск 5 – 6. – С. 11 – 17.
- 148.** Огурцова О.Л. Новый компонент професійно-орієнтованої іншомовної мовленнєвої комунікативної компетенції у галузі ділового спілкування / О.Л. Огурцова // Вісник Чернігівського державного педагогічного університету [серія: Педагогічні науки] / Чернігів, Чернігівський держ. пед. університет ім. Т.Г. Шевченка. – 2009. – Випуск 70 . – С. 152 – 155.
- 149.** Орлова Н.В. Розвиток комунікативної компетенції як першочергове завдання вищої професійної освіти (на основі вивчення іноземної мови) / Н.В. Орлова // Науковий вісник ПНПУ ім. К.Д. Ушинського : зб. наук. праць . – Одеса, ПНПУ ім. К.Д. Ушинського. – 2010. – Випуск 5 – 6. – С. 150 – 154.

- 150.** Ортинський В.Л. Педагогіка вищої школи: Навч. посіб./ В.Л.Ортинський – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 472 с.
- 151.** Основи міжнародної торгівлі: Навчальний посібник; 2-ге вид., перероб. та доп. [За ред. Ю.Г.Козака, Н.С.Логвінової, К.І.Ржепішевського] – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 656 с.
- 152.** Паламар Л.М. Мова ділових паперів : Практ. посібник. – 4-те вид. / Л.М. Паламар, Г.М. Кацавець. – К.: Либідь, 2000. – 296 с.
- 153.** Пассов Е.И. Основы коммуникативной методики обучения иноязычному общению / Ефим Израилевич Пассов. – М.: Русский язык, 1989. – 276 с.
- 154.** Перевознюк Н.М. До проблеми іншомовного професійно-ділового спілкування: методичні рекомендації до організації іншомовної професійно-орієнтованої підготовки студентів економічних спеціальностей / Н.М. Перевознюк. - Одеса, ОНПУ: НВЛ “Політехдизайн”, 2014. – 116 с.
- 155.** Перевознюк Н.М. Мета та зміст викладання іноземної мови студентам економічних спеціальностей / Н.М. Перевознюк // Науковий вісник ПНПУ імені К.Д. Ушинського / Збірник наукових праць / Одеса: ПНПУ ім. К.Д. Ушинського. – 2014. – № 1-2. – С. 137 – 142.
- 156.** Перевознюк Н.М. Модель формування іншомовної професійно-ділової комунікативної компетентності майбутніх економістів/ Н.М. Перевознюк // “Становлення особистості професіонала: перспективи й розвиток”: матеріали III Міжнар. науково-практ. конф. (14-15 лютого 2014 р.). – Одеса: МГУ, 2014. – 302 с. (с. 58-60)
- 157.** Перевознюк Н.М. Педагогічні умови формування іншомовної професійно-ділової комунікативної компетентності майбутніх економістів / Н.М. Перевознюк // Науковий вісник ПНПУ імені К.Д. Ушинського / Збірник наукових праць / Одеса: ПНПУ ім. К.Д. Ушинського. – 2014. – № 5-6. – С. 47 – 52.
- 158.** Перевознюк Н.М. Підготовка майбутніх економістів до ділового спілкування у процесі вивчення професійно орієнтованої іноземної мови/ Н.М. Перевознюк // Педагогічні науки / Збірник наукових праць /. – Херсон: ХДУ. – 2011. – Вип. 59. – С. 289 – 293.

- 159.** Перевознюк Н.М. Порівняльний аналіз понять “компетентність” та “компетенція” / Н.М. Перевознюк // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України / Серія „Педагогіка, психологія, філософія”/. – К.: НУБіП. – 2011. – № 159, Ч. 4. – С. 156 – 166.
- 160.** Перевознюк Н.М. Проблема методів и прийомів обучения в контексте преподавания будущим экономистам основ иноязычного делового общения / Н.М. Перевознюк // Известия Южного федерального университета. Педагогические науки. – Ростов-на-Дону: ЮФУ, 2014. - №9. – С.
- 161.** Перевознюк Н.М. Проблема мови та мовлення у контексті ділового спілкування/ Н.М. Перевознюк // Науковий вісник ПНПУ імені К.Д. Ушинського . – Одеса: ПНПУ ім. К.Д. Ушинського. – 2012. – № 5-6. – С. 80 – 86.
- 162.** Перевознюк Н.М. Проблема підготовки майбутніх економістів до професійної діяльності в умовах інтеграційного середовища / Н.М. Перевознюк // Науковий вісник ПНПУ імені К.Д. Ушинського. – 2010. – Спецвипуск [“Сучасні тенденції в педагогічній науці України та Ізраїлю: шлях до інтеграції”]. – С. 273 – 278.
- 163.** Перевознюк Н.М. Проблема спілкування та комунікації у контексті підготовки майбутніх фахівців до професійної діяльності / Н.М. Перевознюк // “Становлення особистості професіонала: перспективи й розвиток”: матеріали Міжнародної науково-практ. конф. (24-25 лютого 2012 р.). – Одеса: МГУ, 2012. – 236 с.
- 164.** Перевознюк Н.М. Програма факультативного спецкурсу “Основи іншомовного професійно-ділового спілкування” / Н.М. Перевознюк. – Одеса: ОНПУ, 2013. – 20с.
- 165.** Перевознюк Н.М. Професійна компетентність економіста: сутність та структура/ Н.М. Перевознюк // Наука і освіта : (Науково-практ. журнал Південного наук. Центру НАПН України / Серія “ Педагогіка”). – 2012. – № 1. – С. 41 – 45.
- 166.** Перевознюк Н. М. Результати педагогічного експерименту з формування іншомовної професійно-ділової комунікативної компетентності у студентів економічних спеціальностей / Н. М. Перевознюк // Наука і освіта. – 2015. – № 8. – С. 101 – 107.

- 167.** Перевознюк Н.М. Структура іншомовної професійно-ділової комунікативної компетентності майбутніх економістів / Н.М. Перевознюк // Наука і освіта : (Науково-практ. журнал Південного наук. Центру НАПН України / Серія „ Педагогіка і психологія”). – 2013 . – № 1 – 2. – С.197 – 201.
- 168.** Перевознюк Н.М. Тенденції розвитку вищої освіти в Україні: інтеграційний аспект / Н.М. Перевознюк // Наука і освіта : (Науково-практ. журнал Південного наук. центру НАПН України). – 2010. – № 7. – С. 198 – 201.
- 169.** Перевознюк Н.М. Теоретичний аналіз проблеми ділового спілкування/ Н.М. Перевознюк // Наука і освіта : (Науково-практ. журнал Південного наук. Центру НАПН України / Серія „ Педагогіка і психологія”). – 2012. – № 7. – С. 75 – 80.
- 170.** Подоляк Л.Г. Психологія вищої школи : навч. посібник для магістрантів і аспірантів / Л.Г. Подоляк, В.І. Юрченко. – К. : Філ-студія, 2006. – 320 с.
- 171.** Програма з англійської мови для професійного спілкування / [Г.Є. Бакаєва, О.А. Борисенко, І.І. Зуєнок й ін.]. – К.: Ленвіт, 2005. – 119 с.
- 172.** Психологічний словник / За ред. В.І. Войтка. – К.: Вища школа, 1982. – 216 с.
- 173.** Райзенберг Б.А. Словарь современных экономических терминов / Б.А. Райзенберг, Л.Ш. Лозовский. – 4-е изд. – М.: Айрис-пресс, 2008. – 480 с.
- 174.** Репина Т.А. К проблеме изучения генезиса общения/ Т.А. Репина // Общение как предмет теоретических и прикладных исследований: тезисы Всесоюзного симпозиума 29 – 31 марта 1973 г., Ленинград / под ред. А.А. Бодалева, А.В. Даринского. – Л.: Изд-во ЛГУ им. А.А. Жданова, 1973. – С. 183-184.
- 175.** Робочий навчальний план напряму 6.030601 “менеджмент”. 2 курс. – Одеса: ОНПУ, 2015.
- 176.** Робочий навчальний план напряму 6.030507 “маркетинг”. 2 курс. – Одеса: ОНПУ, 2015.
- 177.** Робочий навчальний план напряму 6.030504 “економіка підприємства”. 2 курс. – Одеса: ОНПУ, 2015.
- 178.** Рогова Г.В. Методика обучения английскому языку. (На англ. яз.) : Учеб. пособие для пед. ин-тов и фак. иностр. яз. / Галина Владимировна Рогова. – Л.: Просвещение, 1975. – 312 с.

- 179.** Рогова Г.В. Методика обучения иностранным языкам в средней школе / Г.В. Рогова, Ф.М. Рабинович, Т.Е. Сахарова. – М.: Просвещение, 1991. – 287 с.
- 180.** Романова Е.С. 99 популярных профессий. Психологический анализ и профессиограммы. 2-е изд./ Е.С. Романова. – СПб.: Питер, 2003. — 464 с.
- 181.** Русалкіна Л.Г. Методики нового покоління у навчанні іншомовному діловому спілкуванню / Л.Г. Русалкіна // Науковий вісник ПНПУ ім. К.Д. Ушинського. – 2009. – Випуск 4 – 5 . – С. 180 – 185.
- 182.** Сапожников Г.А. Интеграция образования, науки, бизнеса и власти в системе подготовки высококвалифицированных специалистов / Г.А. Сапожников // Философия образования. – 2007. - № 1. – С. 5–9.
- 183.** Секрет І.В. Зміст компетентнісного підходу до підготовки фахівців у вищому навчальному закладі / І.В. Секрет // Науковий вісник ПНПУ ім. К.Д. Ушинського. – 2009. – Випуск 1 – 2. – С. 251 – 260.
- 184.** Слепович В.С. Деловой английский. Business Communication: Учеб. пособие / Виктор Самойлович Слепович. – Минск: «ТетраСистемс», 2002. – 256 с.
- 185.** Словник іншомовних слів / [уклад.: С.М. Морозов, Л.М. Шкарапута]. – К.: Наукова думка, 2000. – 680с.
- 186.** Соковнин В.М. О природе человеческого общения: Опыт философского анализа / В.М. Соковнин. – Фрунзе: Изд-во “МЕКТЕП”, 1974. – 147с.
- 187.** Соловова Е.Н. Методика обучения иностранным языкам : Базовый курс лекций : Пособие для студентов пед. вузов и учителей/ Елена Николаевна Соловова. – М. : Просвещение, 2002. – 239 с.
- 188.** Солодовник А.О. Генезис поняття освітнього середовища у педагогічній думці України (20-ті рр. ХХ – початок ХХІ століття) / А.О. Солодовник// Наукові записки РДГУ. – 2016. – Ч.1. – Вип. 13 (56). – С. 42 – 47.
- 189.** Соркин С.Л. Эффективность внешнеэкономической деятельности: понятие, измерение и оценка: монография / С.Л. Соркин. – Гродно: ГрГУ, 2011. – 130 с.
- 190.** Соссюр Ф. де. Труды по языкознанию / Фердинанд де Соссюр ; [переводы с французского языка под ред. А.А. Холодовича]. – М.: Прогресс, 1977. – 696 с.

- 191.** Соціологія: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / [В.І. Волович, М.І. Горлач, В. Г. Кремень та ін.] – [6-те вид.]. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 808 с.
- 192.** Социология. Наука об обществе : Учебное пособие / Под общ. ред. проф. В.П. Андрущенко, проф. Н.И. Горлача. – Харьков: Институт востоковедения и международных отношений. Кафедра истории, философии и политических наук. – Харьковский колледж, 1996. – 688с.
- 193.** Спиркин А.Г. Основы философии: Учеб. пособие для вузов / А.Г. Спиркин. – М.: Политиздат, 1988. – 592 с.
- 194.** Спиваковский А.В. Технологии дистанционного образования как элементы, компенсирующие сокращение аудиторной нагрузки студента / А.В. Спиваковский, Е.М. Гудырева, Г.М. Кравцов // Матер. Міжн. наук. - пр. конф. “Інформатизація освіти України: стан, проблеми, перспективи”. – Херсон, 2001. – С. 22 – 24.
- 195.** Спиваковский А.В. Интернет как ключевой фактор интеграции системы образования Украины в мировую образовательную среду / А.В. Спиваковский, Е. Полищук // Педагогічні науки: Зб. наук. статей. – Випуск XI. – Херсон, 2000. – С. 69 – 79.
- 196.** Старшина И.А. Общение как деятельность/ И.А. Старшина // Общение и культура личности: Сборник статей / Отв. ред. Э.В. Бурмакин. – Томск: Издательство Томского ун-та, 1984. – С. 20 – 38.
- 197.** Стеценко І.В. Моделювання систем: навч. посіб. / І.В. Стеценко ; М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. – Черкаси: ЧДТУ, 2012. – 399 с.
- 198.** Стеценко Н.М. Створення та використання інформаційно-освітнього середовища у навчальному процесі (на прикладі УДПУ). [Електронний ресурс] / Н.М. Стеценко // Сайт кафедри інформатики та інформаційно-комунікаційних технологій УДПУ ім. П. Тичини. – режим доступу: http://informatika.udpu.org.ua/?page_id=1790.
- 199.** Стратегия модернизации содержания общего образования: материалы для разработки документов по обновлению общего образования / Под ред. А.А. Пинского. – М.: ООО «Мир книги», 2001. – 104 с.

- 200.** Сура Н.А. Навчання студентів університету професійно-орієнтованого спілкування іноземною мовою : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.04 “Теорія та методика професійної освіти”/ Н.А. Сура. – Луганськ, 2005. – 20 с.
- 201.** Сучасна термінологія в галузі освіти // Іноземні мови. – 2009. – № 3. – С. 65 – 69.
- 202.** Тарнопольский О.Б. Ділові проекти / О.Б. Тарнопольский, С.П. Кожушко. – Вінниця: Нова книга, 2007. – 88 с.
- 203.** Тарнопольский О.Б. Методика обучения английскому языку для делового общения: Учебное пособие / О.Б. Тарнопольский, С.П. Кожушко. – К.: Ленвит, 2004. – 192 с.
- 204.** Тер-Минасова С.Г. Война и мир языков и культур/ С.Г. Тер-Минасова. – М.: Слово/Slovo, 2008. – 344 с.
- 205.** Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация: Учеб. пособие / С.Г. Тер-Минасова. – М.: Слово/Slovo, 2000. – 624 с.
- 206.** Тинкалюк О. Сутність та структура іншомовної комунікативної компетенції студентів немовних спеціальностей вищих навчальних закладів/ Оксана Тинкалюк // Вісник Львівського університету [Серія педагогічна]. – 2008 – № 24. – с. 53 – 63.
- 207.** Томасевич Н.П. Професійно орієнтоване іншомовне спілкування і сучасні стандарти вищої освіти / Н.П. Томасевич // «Лінгвістичні дослідження підмов науки і техніки»: матеріали Обласної науково-метод. конф. – Одеса: ОНПУ, 2009. – С. 3.
- 208.** Тягнирядно Є.В. Комунікативна компетентність юриста / Є.В. Тягнирядно // Науковий вісник ПНПУ ім. К.Д. Ушинського / Збірник наукових праць / Одеса, ПНПУ ім. К.Д. Ушинського. – 2010. – Випуск 5 – 6. – С. 77 – 82.
- 209.** Філіппова Н.М. Вступ до прикладної лінгвістики: Моделювання у мові : Навчальний посібник / Н.М. Філіппова. – Миколаїв: НУК, 2004. – 36 с.
- 210.** Философский энциклопедический словарь / Гл. ред.: Л.Ф. Ильичев, П.Н. Федосеев, С.М. Ковалев, В.Г. Панов. – М.: Сов. энциклопедия, 1983. – 840 с.
- 211.** Холод Б. Навчання ділової англійської мови та вища освіта в Україні / Б. Холод, О. Тарнопольський, С. Кожушко // Вища школа. – 2006. – № 4 . – С. 46 – 51.

- 212.** Хомский Н. Язык и мышление / Наум Хомский // Публикации отделения структурной и прикладной лингвистики МГУ им. М.В. Ломоносова ; [Серия переводов; под общ. ред. В.А. Звегинцева]. – Вып. 2. – М.: Изд-во Московского университета, 1972. – 123 с.
- 213.** Шакуров Р.Х. Модель функционально-генетической структуры общения / Р.Х. Шакуров // Общение как предмет теоретических и прикладных исследований: тезисы Всесоюзного симпозиума 29 – 31 марта 1973 г. – Л.: Изд-во ЛГУ им. А.А. Жданова, 1973. – С. 184 – 185.
- 214.** Шатилов С.Ф. Методика обучения немецкому языку в средней школе: Учеб. пособие для студентов пед. ин-тов по спец. № 2103 “Иностр. яз.” – 2-е изд., дораб. / С.Ф. Шатилов. – М.: Просвещение, 1986. – 223 с.
- 215.** Шахіна І.Ю. Визначення і напрями створення інформаційного освітнього середовища / І.Ю. Шахіна // Проблеми та перспективи формування національної гуманітарно-технічної еліти. – 2013 – № 36 – 37. – С. 245 – 255.
- 216.** Шевчук С.В. Українське ділове мовлення : Навч. посіб. – 3-тє вид., переробл. і допов. / С.В. Шевчук. – К.: Вища школа, 2004. – 302 с.
- 217.** Шишов С.Е. Компетентностный подход к образованию как необходимость / С.Е. Шишов, И.Н. Агапов // Мир образования – образование в мире. – 2001. – № 4. – С. 8 – 19.
- 218.** Шишов С.Е. Понятие компетенции в контексте качества образования / С.Е. Шишов // Дайджест педагогічних ідей та технологій. Школа-парк. – 2002. – № 3. – С. 20 – 21.
- 219.** Щерба Л.В. Языковая система и речевая деятельность / Л.В. Щерба ; [Под ред. Л.Р. Зиндер, М.И. Матусевич]. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 432 с.
- 220.** Экономическая теория / Под ред. И.А. Добрынина, Л.С. Тарасевича, 3-е изд. – СПб.: Изд. СПбГУЭФ, Изд. «Питер», 2004. – 554 с. – (Серия «Учебник для вузов»).
- 221.** Яворська Г.Х. Соціально-професійна зрілість курсантів вищих закладів освіти МВС України: Монографія/ Г.Х. Яворська. – Одеса: ПЛАСКЕ ЗАТ, 2005. – 408 с.

- 222.** Ярощук І.Д. Педагогічні умови формування готовності майбутніх економістів до професійного спілкування / І.Д. Ярощук // Педагогічний дискурс. – 2013. – Вип. 14. – С. 485 – 490.
- 223.** Ярощук І.Д. Теоретичне обґрунтування професіограми економіста з позицій ділової комунікації/ І.Д. Ярощук // е-журнал “Педагогическая наука: история, теория, практика, тенденции развития”. – 2009. - № 1. – режим доступу: <http://intellect-invest.org.ua/rus/>.
- 224.** Bailey, K.M. Practical English Language Teaching: Speaking / Kathleen M. Bailey. – New York: McGraw-Hill ESL/ELT, 2005. – 200 p.
- 225.** Borbála, R. First Steps in Theoretical and Applied Linguistics / Richter Borbála. – Budapest: Bölcsész Konzorcium, 2006. – 211 p.
- 226.** Bourdieu, P. Language and Symbolic Power/ Pierre Bourdie. – Cambridge: Polity Press, 1991. – 292 p.
- 227.** Bramble, P.S. Culture Shock! Japan: a Survival Guide to Customs and Etiquette/ P. Sean Bramble. – Marshall Cavendish Editions, 2005. – 286 p.
- 228.** Bucknall, K.B. Chinese Business Etiquette/ Kevin B. Bucknall. – Boson Books, 1999. – 218 p.
- 229.** Canale, M. Theoretical Bases of Communicative Approaches to Second Language Teaching and Testing / Michael Canale, Merrill Swain // Applied Linguistics. – 1980. – Vol. I, №1. – p. 1 – 47.
- 230.** Cavusgil, S.T. International business : strategy, management, and the new realities / S. Tamer Cavusgil, GaryKnight, John R. Riesenberger. – Pearson Education, 2008. – 670 p.
- 231.** Celce-Murcia, M. Rethinking the Role of Communicative Competence in Language Teaching / Marianne Celce-Murcia // In: Alcón Soler E., Safont Jordà M.P. (eds.) Intercultural Language Use and Language Learning. – Springer, 2007. – P. 41 – 57.
- 232.** Chomsky, N. Aspects of the Theory of Syntax / Noam Chomsky. – Cambridge: the Massachusetts Institute of Technology, 1965. – 251 p.
- 233.** Cox, B.G. Vocabulary Basics for Business / Barbara G. Cox. – Prentice Hall, 2002 – 320 p.

- 234.** Darragh, G. *Business Idioms –1000 Everyday Idioms in Business/ Glenn Darragh.* – Editorial Stanley, 2000. – 208 p.
- 235.** Davis, K.W. *Business Writing and Communication/ Kenneth W. Davis.* – 2nd edition. – McGraw-Hill, 2010. – 243 p.
- 236.** Duranti, A. *Linguistic Anthropology / Alessandro Duranti.* – Cambridge – New York: Cambridge University Press, 1997. – 399 p.
- 237.** Eagan, A. *Culture Shock! China: a Survival Guide to Customs and Etiquette/ Angie Eagan, Rebecca Weiner.* – Marshall Cavendish Editions, 2011. – 294 p.
- 238.** Ellis, M. *Teaching Business English [5th ed.] / Mark Ellis, Christine Johnson.* – Oxford: Oxford University Press, 2003. – 237 p.
- 239.** Emmerson, P. *Email English/ Paul Emmerson.* – Macmillan Publishing, 2003. – 96 p.
- 240.** Emmerson, P. *Five-minute activities for Business English / Paul Emmerson and Nick Hamilton.* – 6th printing. – Cambridge University Press, 2010. - 112 p.
- 241.** *Encyclopedia of business in today's world / Charles Wankel, general editor.* – SAGE Publications, 2009. – 2011 p.
- 242.** Fox, S. *Business Etiquette For Dummies / Sue Fox.* – 2nd edition. - Wiley Publishing, Inc., 2008 – 338 p.
- 243.** Gesteland, R.R. *Cross-Cultural Business Behavior: Marketing, Negotiating, Sourcing and Managing Across Cultures/ Richard R. Gesteland.* – Copenhagen Business School Press, 2002. – 347 p.
- 244.** Hymes, D.H. *On Communicative Competence / Dell H. Hymes // In: Pride J.B., Holmes J. (eds.) Sociolinguistics. Selected Readings [Part II].* – Harmondsworth: Penguin, 1972. – P. 269 – 293.
- 245.** Jackson, A. *How to Prepare Your Curriculum Vitae/ Acy L. Jackson, C. Kathleen Geckeis.* – McGraw-Hill, 2003. – 184 p.
- 246.** Keizer, J. A *Basic Guide to International Business Law / Jan Keizer, Harm Wevers.* – Wolters-Noordhoff, 2007. – 184 p.
- 247.** Kukharenko V.A. *A Book of Practice in Stylistics: a Manual/ V.A. Kukharenko .* – Vinnytsia: Nova knyha, 2003. – 160 p.

- 248.** Lannon, M. *Insights into Business* / Michael Lannon, Graham Tullis, Tonya Trappe. – Harlow, Essex: Addison Wesley Longman, 1998. – 160 p.
- 249.** Littlewood, W.T. *Communicative Language Teaching* [27th printing]/ William T. Littlewood. – Cambridge: Cambridge University Press, 2007. – 124 p.
- 250.** Llurda, E. *On Competence, Proficiency, and Communicative Language Ability* / Enric Llurda // *International Journal of Applied Linguistics*. – 2000. – Vol. 10, №1. – p. 85 – 96.
- 251.** Lustig, M.W. *Intercultural Competence: Interpersonal Communication Across Cultures* / Myron W. Lustig, Jolene Koester. – 6th ed. – Pearson Education, 2010. – 388 p.
- 252.** McKellen, J.S. *Test Your Business English. General Usage* / J.S. McKellen. – Penguin Books, 1990. – 95 p.
- 253.** McLean, S. *Business Communication for Success*/ Scott McLean. – Flat World Knowledge, Inc., 2010. – 419 p.
- 254.** Miles, A.D. *15 Ways to Improve Oral Communication in Business English*/ Andrew D. Miles – *English for Business*, Barcelona, 2007. – 29 p.
- 255.** Moon, J. *Short Courses and Workshops: Improving the Impact of Learning, Training and Professional Development* / Jennifer Moon. – London: Kogan Page Limited, 2001. – 186 p.
- 256.** Morris, V.B. *Dictionary of Financial Terms* / Virginia B. Morris, Kenneth M. Morris. – New York: Lightbulb Press, 2007. – 226 p.
- 257.** Murphy R. *Essential Grammar in Use.(Elementary): A reference and practice book* / Raymond Murphy. – Cambridge: Cambridge University Press, 1998. – 299 c.
- 258.** Murphy R. *Essential Grammar in Use (Intermediate) : A reference and practice book .* / Raymond Murphy. – Cambridge: Cambridge University Press, 1998. – 306 c.
- 259.** Norman, S. *We Mean Business. Students' Book* / Susan Norman, Eleanor Melville. – Longman, 1990. – 140 p.
- 260.** Pilbeam, A. *Market Leader: Working Across Cultures* / Adrian Pilbeam. – Harlow: Pearson Education Ltd., 2010. – 96 p.
- 261.** Richards, J.C. *Communicative Language Teaching Today* / Jack C. Richards. – Cambridge: Cambridge University Press, 2006. – 48 p.

- 262.** Richards, J.C. Longman Dictionary of Language Teaching and Applied Linguistics [Third Edition] / Jack C. Richards, Richard Schmidt. – Longman: Pearson Education Limited, 2002. – 596 p.
- 263.** Sabath, A.M. Business Etiquette : 101 ways to conduct business with charm and savvy / Ann Marie Sabath.—2nd ed. – Career Books, 2002 – 188 p.
- 264.** Saussure, F. de. Cours de linguistique générale / Ferdinand de Saussure. – Paris: Éditions Payot & Rivages, 1995. – 523 p.
- 265.** Saussure, F. de. Course in General Linguistics / Ferdinand de Saussure. – 3rd ed., [translated by W. Baskin]. – New York – Toronto – London: McGraw-Hill Book Company, 1996. – 521 p.
- 266.** Savignon, S.J. Interpreting Communicative Language Teaching: Contexts and Concerns in Teacher Education / edited by Sandra J. Savignon. – New Haven: Yale University Press, 2002. – 238 p.
- 267.** Saville-Troike, M. The Ethnography of Communication / Muriel Saville-Troike // In: Lee McKay S., Hornberg N.H. (eds.) Sociolinguistics and Language Teaching [series editors: Long M.H., Richards J.C.]. – Cambridge: Cambridge University Press, 1996. – P. 351 – 382.
- 268.** Shell, R.G. Bargaining for advantage / G. Richard Shell. – New York: Penguin Books, 2006. – 320 p.
- 269.** Stein, M. Fearless Interviewing: How to Win the Job by Communicating with Confidence/ Marky Stein. – McGraw-Hill, 2003. – 193 p.
- 270.** Stern, H.H. Fundamental Concepts of Language Teaching: Historical and Interdisciplinary Perspectives on Applied Linguistic Research [12th impression] / Hans Heinrich Stern. – Oxford: Oxford University Press, 2003. – 592 p.
- 271.** Sweeney, S. Test Your Professional English: Management / Simon Sweeney. – Longman, Pearson Education Limited, 2002. – 107 p.
- 272.** The International Encyclopedia of Communication/ edited by Wolfgang Donsbach. – Blackwell Publishing Ltd, 2008. – 5694 p.
- 273.** Tomalin, B. The World's Business Cultures and How to Unlock Them/ Barry Tomalin, Mike Nicks. – Thorogood Publishing, 2007. – 270 p.

- 274.** Trappe, T. *New Insights into Business. Student's Book* / Tonya Trappe, Graham Tullis. – Longman, 2007. – 177 p.
- 275.** Tucker, I.B. *Economics for Today*, 7th edition / Irvin B. Tucker. – South-Western Cengage Learning, 2011. – 891 p.
- 276.** Verderber, K.S. *Communicate!* / K. S.Verderber, R. F.Verderber, D. D. Sellnow [Thirteenth Edition]. – Wadsworth, Cengage Learning, 2010. – 450 p.
- 277.** Wang, J. X. *What Every Engineer Should Know about Business Communication*/ John X. Wang. – CRC Press, 2008. – 189 p.
- 278.** Wilkie, H. *Writing, Speaking, Listening. The Essentials of Business Communication*/ Helen Wilkie. – Oxford: How To Books Ltd, 2001. – 96 p.
- 279.** Wilson, S.L. *Culture Shock! Egypt: a Survival Guide to Customs and Etiquette*/ Susan L. Wilson. – Marshall Cavendish Editions, 2011. – 330 p.
- 280.** Zhu, Y. *Written Communication across Cultures : a Sociocognitive Perspective on Business Genres* / Yunxia Zhu. – John Benjamins Publishing Co., 2005. – 215 p.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

ВНЗ _____
Факультет _____
група _____
ІПБ студента _____

АНКЕТА

для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів

Анкетування проводиться у рамках дисертаційного дослідження “Формування іншомовного ділового спілкування у майбутніх економістів у процесі вивчення професійно-орієнтованих дисциплін”. Ваші відповіді допоможуть виявити наявні проблеми у викладанні професійно-орієнтованої іноземної мови з метою подальшого їх подолання, а також з’ясувати ставлення майбутніх фахівців економіки до вивчення іноземної мови та подальшого її використання у професійній діяльності. Анкетування проводиться на добровільній основі, висловлені ставлення чи варіанти відповідей не впливають на оцінки з іноземної мови чи інших дисциплін. Підкресліть прийнятний для Вас варіант відповіді. Щиро дякуємо за участь в опитуванні.

1. На Ваш погляд, чи є важливим володіння іноземною мовою у професійній діяльності економіста?
Так Ні

2. Чи плануєте Ви використовувати іноземну мову у подальшій професійній діяльності?
Так Можливо Ні

3. Якому з вказаних видів іншомовного спілкування Ви б віддали пріоритет у професійній діяльності економіста? усна комунікація писемна комунікація обидва види рівнозначно важливі

4. Чи задоволені Ви власною здатністю до спілкування іноземною мовою у професійному контексті?
Так Частково Ні

5. Що для Вас є найскладнішим (підкреслити): слухати іноземною мовою/ розмовляти/ читати / писати іноземною мовою?

6. Чи виникають у Вас труднощі при розумінні та застосуванні професійних термінів під час спілкування іноземною мовою ? Так Інколи Ні

7. Які завдання на аудиторних практичних заняттях з іноземної мови викликають у Вас найбільший інтерес?

8. Чи зацікавлює Вас використання комп’ютерних технологій, мережі Інтернет при вивченні іноземної мови? Так Ні

9. Чи зацікавлює Вас можливість виконання певного кола навчальних (домашніх) завдань дистанційно (за допомогою мережі Інтернет) та можливість дистанційного зв’язку із викладачем у поза аудиторний час? Це зацікавлює мене Ускладнює визначитися Це не зацікавлює мене

10. Чи зацікавлює Вас вивчення основних відомостей економічного устрою різних країн, особливостей ділових стосунків у цих країнах; вивчення стратегій спілкування; ознайомлення з діяльністю основних фінансово-економічних міжнародних організацій?
Це зацікавлює мене Ускладнює визначитися Це не зацікавлює мене

Укладач: Н.М. Перевознюк.

ДОДАТОК Б

ВНЗ _____
Факультет _____
група _____
ІІБ студента _____

Тест самооцінки

Будь ласка, проведіть самооцінку Вашої зацікавленості щодо вивчення іноземної мови та основ іншомовного професійно-ділового спілкування, обравши один з запропонованих варіантів відповіді.

“Чи зацікавлені Ви щодо вивчення іноземної мови та опанування основ іншомовного професійно-ділового спілкування?”

- Дуже зацікавлений/а.
- Зацікавлений/а.
- Ускладнююсь визначитися / висловлюю байдуже ставлення.
- Не зацікавлений/а.
- Абсолютно не зацікавлений/а.

Дякуємо за участь.

ДОДАТОК В

КОМПЛЕКС КОНТРОЛЬНИХ ЗАВДАНЬ ДО ВИЗНАЧЕННЯ НАЯВНОГО РІВНЯ СФОРМОВАНOSTІ ПІДКК У МАЙБУТНІХ ЕКОНОМІСТІВ.

ЗАВДАННЯ ДО ВИЗНАЧЕННЯ НАЯВНОГО РІВНЯ ЛІНГВІСТИЧНО-МОВЛЕННЄВОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ У СКЛАДІ ПІДКК ЗА ОСНОВНИМИ ВИДАМИ ІНШОМОВНОЇ МОВЛЕННЄВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.

1. Перевірка здатності до іншомовного говоріння.

Speak on one of the following topics. Be ready to answer the questions posed by the examiner/-s.

1. Why did you choose Economics as your future profession? Speak about the reasons of your choice.
2. Speak about the main professional and personal qualities that provide professional progress and career in the field of Economics.
3. What can you tell about present-day state of Ukrainian economy? What are the most important economic problems the economy of Ukraine faces today, in your opinion? Propose your own ways of solving them.
4. In your opinion, what are the main problems the world economy faces today?
5. Try and describe the peculiarities of international trade development, import and export potential of Odessa region: present-day state, dynamics, perspectives.

2. Перевірка компетенції у письмі.

1. What is your opinion on the problem of integration of Ukraine into world economy? Put your thoughts in writing.
2. Think about the importance of business communication skills for an economist. Put your thoughts in writing.

3. Перевірка здатності аудіювання іншомовної професійно-спрямованої інформації (передбачає використання мережі Інтернет).

Watch the following video and give your answers to the control questions using the English language or your native language.

Джерело: <http://www.euronews.com/programs/focus/> → <http://www.euronews.com/2012/06/25/europe-s-foreign-investment-forecast/>

Euronews. Focus. 25/06/12.

EUROPE'S FOREIGN INVESTMENT FORECAST *

Before being populated by tourists for the summer season, the seaside resort of La Baule, in north-west France hosts investment experts as part of the annual “World Investment Conference Europe”. Here, global business and political leaders come together to focus on the continent’s strengths as an investment destination.

Talking about investment in Europe has a special meaning right now. With the crisis in the Eurozone and the slowing global economy, being able to attract investments is essential to restore growth.

The conference is taking place when international political activity is set on tackling the crisis.

“The World Investment Conference was conceived 10 years ago to promote Europe to foreign investors. So we’re basically educating Chinese investors, Brazilian, American and many other places on the opportunities and challenges of doing business here”, Jean-Bernard Guerrée (CEO, World Investment Conferences) explained.

On the second day of the conference Ernst & Young revealed that 2011 was a record year for Direct Foreign Investment projects in Europe, despite the crisis.

Marc Lhermitte, Partner Ernst & Young Advisory explains: “If you’re looking at the European Union, it has 500 or so million consumers. If you extend that to the real business Europe (Russia, Turkey, Ukraine), you’re looking at 850 million. So, investors are saying: you have problems, we have problems but we also like what we see in Europe: stability, sophisticated markets and long-term growth”.

Ernst and Young has estimated that in the national rankings, Britain continues to lead but France now comes in second place to Germany.

“The number of foreign investments which moved to Europe in 2010 and 2011 continues to grow. This is also the case for France and we are progressing. We released the results for 2011 last March. We calculated and identified that 698 investment decisions had been made. These decisions make up 13 per week on average.” David Appia, Chairman and CEO, Invest in France Agency said.

However, there are those who, whilst recognizing the objective values of Europe, feel something more must be done to safeguard the continent’s economy.

Jan Mühlfeit, Chairman Europe, Microsoft Corporation thinks we should be optimistic for the time being: “If you look at the PISA results, the Program for International Student Assessment, European countries are dropping down and this is the workforce we’ll have 5-7 years from now, so we need to speed up the educational reform to have more entrepreneurship and make sure that we have the right skills for the smart economy”.

Innovation is undoubtedly one of the key elements if European manufacturing is to recover economically, a point which Christophe de Maistre, CEO, Siemens France & South-West Europe agrees: “Innovation is absolutely the measure for development in developed countries because it matches exactly the challenges we’re facing. Even in troubled times new patents have increased, so this is still a very positive factor. Innovation has seen a boost once again, and this should continue. We can’t do everything, we have to move on a number of areas that seem the most important.”

Globalization brings out new important international players and new markets. However, Europe continues to boast the ultimate features and resources that, if properly exploited, can boost the role of the old continent as a major player in the world economy.

*Текстовий варіант відео матеріалу наведено в якості ілюстрації та студентам не надається.

Control questions.

1. *Where does the annual “World Investment Conference Europe” usually take place?*
2. *What can you say about the participants of the Conference?*
3. *What is the general aim of the Conference?*
4. *When was the Conference originated for the first time?*
5. *Is it true that 2011 was a record year for Direct Foreign Investment projects in Europe, despite the crisis?*
6. *What are the three leading countries in Europe according to Ernst and Young’s estimation?*
7. *Does the number of foreign investments in Europe continue to grow?*
8. *What did Christophe de Maistre, CEO, Siemens France & South-West Europe say about the role of innovation in Europe’s economic recovery?*
9. *According to Jan Mühlfeit, Chairman Europe, Microsoft Corporation, it is necessary to speed up the educational reform. Why?*
10. *What should be done to boost the role of the “old continent” as a major player in the world economy, despite globalization processes bringing out new important international players and new markets?*

4. Перевірка компетенції у читанні.

Read the following text and give your answers to the control questions in English or using your native language.

ECONOMY OF ASIA

The economy of Asia comprises more than 4.2 billion people (60% of the world population) living in 46 different states. Asia is the world's fastest growing economic region.

As in all world regions, the wealth of Asia differs widely between different countries. This is due to its vast size, meaning a huge range of differing cultures, environments, historical ties and government systems.

Wealth (if measured by GDP per capita) is mostly concentrated in east Asian territories – Hong Kong, Macau, Japan, South Korea, Singapore, Brunei, and Taiwan, as well in oil rich countries – Saudi Arabia, Qatar, United Arab Emirates, Iran, Kuwait, and Oman with a notable exception being in Israel which lies in the territory of Asia despite being not counted as such is also a very considerably wealthy nation. Turkey is also a very notably wealthy country. Asia, with the exception of Japan, South Korea, Taiwan, Hong Kong and Singapore, is currently undergoing rapid growth and industrialization spearheaded by China and India - the two fastest growing major economies in the world. While east Asian and southeast Asian countries generally rely on manufacturing and trade for growth, countries in the Middle East depend more on the production of oil for economic growth. Over the years, with rapid economic growth and large trade surplus with the rest of the world, Asia has accumulated over US\$4 trillion of foreign exchange reserves - more than half of the world's total.

Future.

Asia's large economic disparities are a source of major continuing tension in the region. While China, Japan, India, and South Korea influence much on global economy, Indonesia, Malaysia, Philippines, Thailand, Vietnam and Sri Lanka have entered the path to long-term growth, and regions right next to these countries are in severe need of assistance.

Asia is also riddled with political problems that threaten not just the economies, but the general stability of the region and world. The nuclear neighbours—Pakistan and India—constantly pose a threat to each other, causing their governments to heavily invest in military spending.

Military intervention by the United States in Iraq and Afghanistan has also inflamed extremism and resulted in several terrorist attacks in a number of Asian countries. Another impending crisis is the depletion of oil reserves in the Middle East. Most of these economies have traditionally been over-dependent on oil and have had difficulty establishing another pillar in their economies.

Another potential global danger posed by the economy of Asia is the growing accumulation of foreign exchange reserves. The countries/regions with the largest foreign reserves are mostly in Asia - China (Mainland - \$2,454 billion & Hong Kong - \$245 billion, June 2010), Japan (\$1,019 billion, June 2009), Russia (\$456 billion, April 2010), India (\$284 billion, July 2010), Taiwan (\$372 billion, September 2010), the Republic of Korea (\$286 billion, July 2010), Singapore (\$206 billion, July 2010). This increasingly means that the interchangeability of the Euro, USD, and GBP are heavily influenced by Asian central banks. Some economists in the western countries see this as a bad thing, prompting their respective governments to take action.

According to the World Bank, China may become the largest economy in the world sometime between 2020 and 2030, while India may become the second largest economy in the world sometime between 2030 and 2035.

Based on Hurun Report, for the first time in 2012 Asia surpassed North America in amount of billionaires. More than 40 percent or 608 billionaires came from Asia, while North America had 440 billionaires and Europe had 324 billionaires.

Control questions.

- 1. Яка чисельність населення в Азії та скільки країн територіально належать до даного регіону?*
- 2. Чим обумовлюються розбіжності рівнів добробуту між країнами Азії?*
- 3. У яких країнах Азії спостерігається найбільший рівень валового внутрішнього продукту на душу населення?*
- 4. У яких двох країнах Азії на сьогоднішній час відбувається найшвидший розвиток економіки у світі?*
- 5. У чому криються витоки значного та тривалого напруження в Азіатському регіоні?*
- 6. Що Ви можете сказати про вплив політичних проблем на економіку Азії та світу?*
- 7. У яких країнах Азії спостерігається найбільше накопичення іноземних валютних резервів?*

8. Який прогноз надає Міжнародний Банк стосовно Китаю та Індії?
9. Яку кількість мільярдів було зафіксовано в Азії, Північній Америці та Європі у 2012 році?
10. Яку загальну характеристику сучасного стану економіки Азії Ви можете дати?

ЗАВДАННЯ ДО ВИЗНАЧЕННЯ НАЯВНОГО РІВНЯ СФОРМОВАНОСТІ ПРОФЕСІЙНО-ПРЕДМЕТНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ У СКЛАДІ ІПДКК.

I. Listen and give your answers to the control questions.

PERFECT COMPETITION*

In economic theory, perfect competition describes markets when no participants are large enough to have the market power to set the price of a homogeneous product. Because the conditions for perfect competition are strict, there are few perfectly competitive markets. Still, buyers and sellers in some auction-type markets, such as commodities or some financial assets, may approximate the concept.

Generally, a perfectly competitive market exists when every participant is a "price taker", and no participant influences the price of the product it buys or sells. Some specific characteristics may include:

- Infinite buyers and sellers – an infinite number of consumers with the willingness and ability to buy the product at a certain price, and infinite producers with the willingness and ability to supply the product at a certain price.
- No barriers of entry and exit – no entry and exit barriers makes it extremely easy to enter or exit a perfectly competitive market.
- Perfect information - all consumers and producers are assumed to have perfect knowledge of price, utility, quality and production methods of products.
- Zero transaction costs - buyers and sellers do not incur costs in making an exchange of goods in a perfectly competitive market.
- Profit maximization - firms are assumed to sell where marginal costs meet marginal revenue, where the most profit is generated.
- Homogenous products - the qualities and characteristics of a market good or service do not vary between different suppliers.
- Property rights - well defined property rights determine what may be sold, as well as what rights are conferred on the buyer.
- Rational buyers - buyers capable of making rational purchases based on information given.
- No externalities - costs or benefits of an activity do not affect third parties.

Though there is no actually perfectly competitive market in the real world, a number of approximations exist:

Perhaps the closest example of a perfectly competitive market would be a large auction of identical goods with all potential buyers and sellers present. By design, a stock exchange resembles this, not as a complete description (for no markets may satisfy all requirements of the model) but as an approximation.

Some believe that one of the examples of a perfectly competitive market is street food in developing countries. This is so because relatively few barriers to entry/exit exist for street vendors. Furthermore, there are often numerous buyers and sellers of a given street food, in addition to consumers/sellers possessing perfect information of the product in question. It is often the case that street vendors may serve a homogenous product, in which little to no variations in the product's nature exist.

Another very near example of perfect competition would be the fish market and the vegetable or fruit vendors who sell at the same place, the bars in "Le Carré" (Liège, Belgium) or the "kebab street" near the Grand Place in Brussels:

- There are large number of buyers and sellers.
- There are no entry or exit barriers.
- There is perfect mobility of the factors, i.e. buyers can easily switch from one seller to the other.
- The products are homogeneous.

Nevertheless, some economists are criticizing the price taker assumption because it then raises the question of who sets the prices. Indeed, if everyone is price taker, there is the need for a benevolent planner who gives and sets the prices, in other words, there is a need for a "price maker". Therefore, it makes the perfect competition model appropriate not to describe a decentralized "market" economy but a centralized one. This in turn means that such kind of model has more to do with communism than capitalism.

** Текст для аудіювання наведено в якості ілюстрації. Студентам не надається.*

1. *What is perfect competition?*
2. *What is the main requirement of the perfect competition model?*
3. *What are the other characteristics of a perfectly competitive market?*
4. *What are the examples of a perfectly competitive market?*

Give your explanation of the following concepts:

5. *zero transaction costs*
6. *marginal costs*
7. *marginal revenue*
8. *a stock exchange*
9. *a "price maker"*
10. *a "centralized" economy.*

II – III. Reading. Writing. Read the following article, give your answers to the control questions and do the suggested tasks.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: WHAT DOES IT MEAN?

In Ukraine, as in many European countries, there is a growing movement in favour of corporate social responsibility (CSR). Large Ukrainian companies consider corporate reputation, competitive advantage and industry trends to be the major driving forces of CSR. Moreover, sustainable development, like building a successful business, requires taking the long-term view. It also requires the integration of social, environmental

and economic considerations to make balanced judgements for that long-term. Furthermore, business must take full account of the societal expectations. Business is not divorced from the society. Business and society are interdependent, so the role of business in building a better future is recognized and encouraged, that is why right understanding and claiming values of CSR is of the highest priority.

The problem of CSR and business ethics in general is of topical character among foreign scientists. The diversity of approaches to the understanding of CSR is reflected in the works of Howard Bowen, Kitty Davis, Milton Friedman, Edward Freeman, John Elkington and many others.

At the same time in Ukraine only in recent years attention was paid to this issue and first steps were made towards forming our own vision of CSR taking into account Ukrainian peculiarities of the economic, political, cultural and social development. Among domestic researchers we can mention F. Evdokimov, Y. Saenko, P. Yanickiy, G. Popovych, I. Akimova, and others.

One of the most frequently asked questions and probably for all those individuals and organizations dealing with Corporate Social Responsibility (CSR) issues is the obviousness to understand what "Corporate Social Responsibility" means.

Different organizations have framed different definitions – although there is considerable common ground between them. Companies need to answer two aspects of their operations. 1. The quality of their management – both in terms of people and processes. 2. The nature and quantity of their impact on society in the various areas.

The World Business Council for Sustainable Development in its publication "Making Good Business Sense" by Lord Holme and Richard Watts, used the following definition: "Corporate Social Responsibility is the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large".

Traditionally in the United States, CSR has been defined much more in terms of a philanthropic model. Companies make profits, unhindered except by fulfilling their duty to pay taxes. Then they donate a certain share of the profits to charitable causes. It is seen as tainting the act for the company to receive any benefit from the giving.

Meanwhile the Philippines define CSR as "... about business giving back to society".

The European model is much more focused on operating the core business in a socially responsible way, complemented by investment in communities for solid business case reasons. Personally, I believe this model is more sustainable because social responsibility becomes an integral part of the wealth creation process – which if managed properly should enhance the competitiveness of business and maximize the value of wealth creation to society.

In different countries, there will be different priorities, and values that will shape how business acts. And even the observations above are changing over time.

So, within many definitions of CSR Davis and Bowen's descriptions are among the earliest: "It refers to the obligations of businessmen to pursue those policies, to make those decisions, or to follow those lines of action which are desirable in terms of the

objectives and values of our society" and "Businessmen's decisions and actions taken for reasons at least partially beyond the firm's direct economic or technical interest". A later definition by Davis and Bloomstrom (1966) is "...social responsibility, therefore, refers to a person's obligation to consider the effects of his decisions and actions on the whole social system. Businessmen apply social responsibility when they consider the needs and interests of others who may be affected by business actions. In so doing, they look beyond their firm's narrow economic and technical interests". He also suggested that businessmen should carry social responsibilities that are proportionate with their power, which is called Davis's "Iron Law of Responsibility". He named two different faces of CSR as managers' duty: to attain economic development for public welfare and to sustain and advance common human values.

Generalizing these definitions, we may relatively divide them into three groups and regard CSR as:

- an obligation, beyond that required by the law and economics, for a firm to pursue long term goals that are good for society;
- the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as that of the local community and society at large;
- how a company manages its business process to produce an overall positive impact on society.

Is CSR the same as business ethics? There is clearly an overlap between CSR and business ethics. Both concepts concern values, objectives and decisions based on something more important than the pursuit of profits. Socially responsible firms must act ethically. The difference is that ethics concern individual actions which can be assessed as right or wrong by reference to moral principles. CSR is about the organization's obligations to all stakeholders – and not just shareholders.

We can consider social responsibility towards different interest groups: towards owners, investors, employees, suppliers, customers, competitors, government and society. Types of social responsibility and main points are the following:

- responsibility towards owners: run the business efficiently, proper utilization of capital and other resources, growth and appreciation of capital, regular and fair return on capital invested;
- responsibility towards investors: ensuring safety of their investment, regular payment of interest, timely repayment of principal amount;
- responsibility towards employees: timely and regular payment of wages and salaries, proper working conditions and welfare amenities, opportunity for better career prospects, job security as well as social security, better living conditions, training and development;
- responsibility towards suppliers: giving regular orders for purchase of goods, dealing on fair terms and conditions, availing reasonable credit period, timely payment of dues;
- responsibility towards customers: products and services must be able to take care of the needs of the customers, they must be qualitative, there must be regularity in supply of goods and services, price of the goods and services should be reasonable and affordable etc;

- responsibility towards competitors: not to offer exceptionally high sales commission to distributors, agents, not to offer to customers heavy discounts or free products in every sale, not to defame competitors through false or ambiguous advertisements;
- responsibility towards government: setting up units as per guidelines of government, payment of fees, duties and taxes regularly and honestly, not to indulge in monopolistic and restrictive trade practices, conforming to pollution control norms, not to indulge in corruption through bribing and other unlawful activities;
- responsibility towards society: to help the weaker and backward sections of the society, to preserve and promote social and cultural values, to generate employment, to protect the environment, to conserve natural resources and wildlife, to promote sports and culture, to provide assistance in the field of developmental research on education, medical science, technology.

So, the author's view is that CSR is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact on society and other interest groups. Nowadays lots of mechanisms exist for producing positive impact on society. But as we know we should always start from the outset. Here are a few steps that could be taken for making social responsibility work.

Set goals. What do you want to achieve? What do you want your company to achieve? Do you want to enter a new market? Introduce a new product? Enhance your business's image?

Decide what cause you want to align yourself with. This may be your toughest decision, considering all the options out there: children, the environment, senior citizens, homeless people, and people with disabilities – the list goes on.

Choose a nonprofit or other organization to partner with. Get to know the group, and make sure it is sound, upstanding, geographically convenient and willing to cooperate with you in developing a partnership.

Design a program, and propose it to the nonprofit group. Besides laying out what you plan to accomplish, also include indicators that will measure the program's success in tangible terms.

Negotiate an agreement with the organization. Involve employees. Involve customers. Do not just do something good and tell your customers about it later. Get customers involved, too. A sporting goods store could have customers bring in used equipment for a children's shelter, then give them a 15 percent discount on new purchases. Make it easy for customers to do good; then reward them for doing it.

Profit, alone, should not be the driving factor for the operations of businesses. Instead, they should also consider the impact of its activities to future generations. Businesses must show their commitment to their social responsibility by empowering the people in the community where they operate. This can be done through sustainability and livelihood programs, profit-sharing, as well as partnership with the government for the empowerment of these people.

Social responsibility can no longer be ignored by businesses if they want to be in operation over the long run.

Strupynska, N.V. CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: WHAT DOES IT MEAN? / N.V. Strupynska // Економіка розвитку. – 2011. – № 4. – С. 9 – 12.

1. У чому полягає відмінність у загальному розумінні соціальної відповідальності у США та Європі?
2. Яку модель соціальної відповідальності підтримує автор та чому?
3. Як, на думку автора, відрізняється центральне поняття статті “корпоративна соціальна відповідальність” від поняття “етика бізнесу”?
4. Яких зацікавлених сторін, за поглядом автора, стосується соціальна відповідальність бізнесу?
5. Що передбачає “відповідальність перед співробітниками”?
6. Що вкладає автор статті у поняття “відповідальність перед споживачами”?
7. Що передбачає “відповідальність перед урядом”?
8. Що передбачає “відповідальність перед суспільством”?
9. Яке тлумачення надає автор ключовому поняттю даної статті?
10. Вкажіть, які основні кроки організації соціально відповідальної кампанії виокремлює автор статті.
11. Виокремте англійською мовою п’ять ключових, на ваш погляд, понять з тексту статті.
12. Надайте українські еквіваленти до відповідних англійських: *corporate social responsibility, corporate reputation, competitive advantage, industry trends, The World Business Council for Sustainable Development, workforce, philanthropic model, tax, public welfare, human values, business ethics, profits, stakeholders, shareholders, owner, investor, employee, supplier, customer, society, government, competitor, utilization of capital, safety of investment, wages, career prospects, job security, social security, heavy discounts, free products, payment of fees, a nonprofit, new purchases, profit, profit-sharing.*
13. Надайте українські еквіваленти до відповідних англійських словосполучень та висловів: *to donate a share of the profits to charitable causes, to make unhindered profits, to make investment in communities, a firm’s direct/narrow economic interest, to enhance the competitiveness, orders for purchase of goods, reasonable credit period, timely payment of dues, a reasonable and affordable price, to defame competitors through false or ambiguous advertisements, (not) to indulge in monopolistic and restrictive trade practices, (not) to indulge in corruption through bribing and other unlawful activities, to help the weaker and backward sections of the society, to preserve and promote social and cultural values, to generate employment, to conserve natural resources and wildlife, to develop a partnership, to negotiate an agreement, to be in operation over the long run (about business).*
14. Наведіть письмово рідною мовою власне розуміння наступних англійських економічних понять, які вживаються у тексті статті:
corporate social responsibility; profit; shareholder; customer; owner; tax; a nonprofit.
15. *You are a manager of a large commercial company, working in the national and external markets. Try and describe a possible social campaign (choose any business and any convenient social aspect you want). Present the main steps of realization of your*

project. Offer your arguments in favour of the given socially significant direction; describe the expected public and corporate benefits from the implementation of this project. Use the appropriate economic concepts that are mentioned in the article above. Your written material must be of ten sentences at least.

IV. Speaking. Choose one of the following topics to speak on. Try to use the related terms, notions and expressions that are suggested below. Be ready to explain them in English.

1. What is international business?

Terms and expressions suggested: cross-border business, international trade, export, import, international investment activities, private/governmental commercial transactions, logistics, transportation, private company, transnational company, international business management.

2. The World Trade Organization.

Terms and expressions suggested: liberalization of international trade, free markets, regulation of international trade, free trade agreements, trade negotiations, to judge economic discords, to impose trade sanctions, economic integration, economic globalization, global economic policy, anti-globalization movement, free market deregulation.

ЗАВДАННЯ ДО ВИЗНАЧЕННЯ НАЯВНОГО РІВНЯ ДІЛОВОЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ У СКЛАДІ ІПДКК.

Give your own understanding of the following concepts (1-10).

1. Culture 2. Intercultural communication 3. Culture shock 4. Business communication 5. Nonverbal behaviour 6. Politeness 7. Professional ethics 8. Misunderstanding 9. Barriers to communication 10. Information.

Translate the sentences into your native language, paying attention to the idioms and sayings (11-15).

*11. Confidence in oneself generates success, and success increases confidence in oneself. Hence the saying: **nothing succeeds like success.***

*12. Depending on one or two big clients for all your revenues is like **putting all your eggs in one basket.** Much wiser is to diversify and develop a broad client base.*

*13. Our main competitor is in a better position to win this contract. But until they announce the result officially, we're **keeping our fingers crossed.***

*14. At first, he seemed liberal enough as a manager. But then, **showing his true colours,** he imposed a strict white-shirt-and-tie dress code on all male employees. And that was only the beginning.*

15. Some people you meet in business are really **a pain in the neck**. Like the client who demands that his project be completed overnight, but leaves your bill unpaid for 90 days.

Complete the sentences 16-25 by guessing from the context in what place each of the English idioms suggested below should be inserted. Sometimes you'll see the hints that will help you to make the right choice. Mind the grammar.

<p>to pay on the nail, to be in the red, money doesn't grow on trees, a drop in the ocean, the grass always looks greener on the other side of the hill,</p>	<p>- live and learn, - practice makes perfect, - to cost an arm and a leg, - to be in the market for smth, - not to have a penny to smb's name.</p>
---	--

16. We have to make employees aware that unnecessary photocopying costs us an incredible amount annually – and that _____.

17. We generally allow a 15% discount to customers who _____.

18. I would advise you to think very carefully before resigning your post with us to take up similar work in another company. _____.

19. I doubt if he'll be able to raise a loan. It's well known in business circles that he doesn't _____.

20. They said they'd be prepared to invest £10,000. Unfortunately that's only _____ . We need a quarter of a million at least.

21. I had no idea that it was so easy to set up a network. Well, well, _____ .

22. All five of the country's biggest steel companies are _____ . Bankruptcies are at record levels, and the outlook is grim.

23. Many executives fail to realize that the only way to perfect their English is to practice it. Only regular and disciplined _____.

24. In Salzburg the best seats for operas _____, that is to say about £400.

25. When people buy a house, they're also often _____ a refrigerator, painting services, home owner's insurance, and the like.

For questions 26-35, connect the following English idioms and sayings used in business circles, with their meaning and fill in the table below.

26. **Time is money.**

27. **A bird in the hand is worth two in the bush.**

28. **Half a loaf is better than none.**

29. **Put one's money where one's mouth is.**

30. **A bad workman blames his tools.**

31. **Take care of the pennies and the pounds will take care of themselves.**

32. **Wheel and deal.**

33. **Be an old hand at something.**

34. **Pay through the nose for something.**

35. Sell something like hot cakes.

A To put one's declared intentions or promises into action.

B One should not waste small amounts of money since many small amounts quickly add up to a large amount.

C To be a person with long experience in a certain field or activity (e.g. in business).

D Time is a valuable resource, therefore it is better to do things as quickly as possible.

E One should be grateful for what one gets, even if it is very little, since it is still better than nothing at all.

F To be bought very quickly because of being popular (goods).

G To pay much more than a fair price. To pay a very high price for something.

H A person who produces bad work will blame the material he is using rather than admit his own responsibility.

I To be engaged in commercial or political scheming, especially unscrupulously, that is in a dishonest way.

J It is preferable to take a small but certain advantage immediately, rather than to hope for a greater advantage later.

Idiom	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35
Meaning										

For questions 36-55, underline "true" or "false".

36. *In Arab countries, before getting down to business, you are generally expected to spend about half an hour making small talk and building a relationship. **True / False***

37. *Showing how you feel is important for many Italians. Therefore they display and expect enthusiasm and emotion in business. **True / False.***

38. *Japanese managers always introduce themselves by identifying their name first, and then their company. This is because individualism prevails over collectivism in Japan. **True / False.***

39. *Personal warmth and goodwill are vital to Indian business relationships. **True/False.***

40. *In Russia, people are always hypercritical of somebody's being late for a meeting. **True / False***

41. *Like the British and the Americans, the Chinese and the Japanese believe in punctuality. **True / False***

42. *Americans may use first names almost immediately, even from the first handshake. **True / False***

43. *Introductions in China are free and informal. **True / False***

44. *For the Chinese and the Japanese emotion has no place at the negotiation table and showing anger may be seen as a sign of weakness and loss of control. **True /False***

45. *For Brazilians stiffness and formality are liked. They always keep a distance. Touching, back-patting and kissing are not allowed. **True / False***

46. *In countries such as India, or regions such as the Middle East, you may be invited to eat with your hands. **True / False***

47. *Germany is still a surname culture. In business meetings they will address each other by surnames alone. **True / False***

48. Japanese managers rarely give direct orders: they hint at what is needed instead. **True / False**
49. A formal business meeting in Britain will never run to an agenda. **True / False**
50. Though modern British business behaviour tends to be informal, it is unemotional and focused on tasks and time schedules. **True / False**
51. Nods and bows are standard business greetings throughout Europe. **True / False**
52. People in the West nod to mean “yes.” The same movement for Indians can mean “maybe” or “no.” **True / False**
53. The Japanese are the world’s least tactile people. **True / False**
54. In Australia and New Zealand business handshakes are usually soft and long. **True / False**
55. In Germany and in Scandinavia, meetings start and end exactly when they say they will. **True / False**

For questions 56-70, choose the right official language for each of the following countries or world regions. Sometimes you’ll have to choose more than one language.

Afrikaans Arabic Danish English Finnish French German Greenlandic Hindi Italian Japanese Kazakh Luxemburgish Mandarin Maori Portuguese Romansh Russian Spanish Swedish

56. _____ is the main official language of India but there are more than 20 other official languages.
57. More than one billion people in China speak _____ than any other language. It is the standard literary and official form of Chinese and the main language of China’s media, government, and educational institutions.
58. In Japan, the majority of the country speaks _____.
- _____ is the official language of Australia.
- The two official languages of New Zealand are _____ and _____.
- _____ is the primary language spoken in Latin America.
- Unlike most Latin American countries, Brazil uses _____ as its official language.
- _____ and _____ are the official languages of Finland.
- Though not a member of the European Union, Greenland is a territory of Denmark. Thus _____ is one of the official languages of Greenland, the other being _____.
- The two official languages of the Republic of Kazakhstan are _____ and _____.
- Several languages are spoken in the Middle East. Two hundred million people speak _____ in more than 22 countries, though the language varies from country to country.
- There are four official languages in Switzerland: _____, _____, _____, and _____.

South Africa has 11 official languages. The first is _____. However, most business people opt for _____ which is the language of administration and is spoken throughout the country.

In Canada the official languages are _____ and _____, and several recognized regional languages.

The official languages of Luxemburg, one of the first members of the European Union, are _____, _____ and _____.

For questions 71-90, choose the right national currency for each of the following countries (71-90).

71. Brazil	a) Yuan
72. Bulgaria	b) Euro
73. China	c) Koruna
74. Cuba	d) Zloty
75. The Czech Republic	e) Lev
76. Poland	f) Peso
77. Georgia	g) Dinar
78. Germany	h) Hryvnia
79. India	i) Pound Sterling
80. Iraq	j) Baht
81. Israel	k) Lari
82. Japan	l) Rupee
83. Kazakhstan	m) Rouble
84. Lithuania	n) Real
85. Mongolia	o) US Dollar
86. Russia	p) Yen
87. Thailand	q) Litas
88. Ukraine	r) Tugrik
89. The United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland	s) Shekel
90. The United States of America	t) Tenge

The introduction of the euro in 2002 replaced several national currencies.

For questions 91-100, read the sentences about the former currencies and choose the right country among the options below.

- a) Finland b) France c) Germany d) Greece e) Italy f) Latvia
g) Netherlands h) Portugal i) Slovakia j) Spain

91. The **koruna**, the basic monetary unit of ..., was equal to 100 halers.

92. The **lira** was the unit of money that was used in ..., notionally equal to 100 centesimi.

93. The **markka**, the basic monetary unit of ..., was equal to 100 penniä.

94. The **guilder** was the basic monetary unit of the ..., and was equal to 100 cents.

95. The basic monetary unit of ..., the **Deutschmark**, was equal to 100 pfennigs.

96. The **lat** was the basic monetary unit of ..., and was equal to 100 santims.

97. The **peseta**, equal to 100 centimos, was the unit of money used in

98. The basic monetary unit of ... was the **escudo**, equal to 100 centavos.
99. A former monetary unit of ..., the **drachma**, was notionally equal to 100 lepta.
100. The **franc** was the unit of currency used in ..., equal to 100 centimes.

ЗАВДАННЯ ДО ВИЗНАЧЕННЯ НАЯВНОГО РІВНЯ ІНТЕРАКЦІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ У СКЛАДІ ІПДКК.

1. Roleplay a job interview with a firm's personnel director for the sales manager position. Be ready to answer any possible questions concerning your education, knowledge and practical skills, career potential, professional and personal interests etc. Ask the necessary questions to clarify the information you are interested in: your future work environment, rate of wages, functions etc. Show respect, amiability, politeness. End the conversation.

2. Roleplay an acquaintance with a new subordinate. Start the conversation by welcoming him/her, then explain the responsibilities, introduce to the other employees, give instructions. Answer your subordinate's questions. Show respect, politeness, explicitness when answering questions or giving instructions. End the conversation.

3. Imagine you are an economic analyst from Ukraine and want to speak to your colleague from a foreign country. Introduce yourself and start the conversation. Discuss the present-day problems and perspectives of trade relations between the two countries. Share your forecasts as to economic situation in your countries. Show respect, politeness (take into account the sociocultural peculiarities of the country your interlocutor is from). End the conversation.

4. You are an import merchant buying goods abroad and importing in Ukraine (choose any business you want). Roleplay a conversation with an owner of a foreign commercial enterprise concerning the possibility of further cooperation. Ask the questions that are significant to you such as prices, terms of delivery, possible price reductions, production quality etc. End the conversation.

5. Roleplay a conversation as a business owner with a potential foreign business partner wanting to buy your products. Start a conversation. Briefly present your company, characterize the quality of the products and prices, discuss the transport-logistic aspect. Take into account your foreign partner's proposals. Thank your partner for his willingness to cooperate. End the conversation.

ДОДАТОК Г

КОМПЛЕКС ПІДСУМКОВИХ КОНТРОЛЬНИХ ЗАВДАНЬ ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ НАБУТОГО РІВНЯ СФОРМОВАНOSTІ ПІДКК МАЙБУТНІХ ЕКОНОМІСТІВ.

ЗАВДАННЯ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ РІВНЯ СФОРМОВАНOSTІ ЛІНГВІСТИЧНО-МОВЛЕННЄВОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ У СКЛАДІ ПІДКК ЗА ОСНОВНИМИ ВИДАМИ ІНШОМОВНОЇ МОВЛЕННЄВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.

1. Перевірка здатності до іншомовного говоріння.

Speak on one of the following topics. Be ready to answer the questions posed by examiner/-s.

1. Speak about advertising as a form of marketing communication. The role of advertising in business. Comment on the statement “The best advertisement is a good product.”
2. Speak about the foreign trade policy in Ukraine today. What problems and perspectives can you point out?
3. Foreign capital investments into Odessa region’s economy: problems and perspectives.
4. Speak about the perspectives of joint ventures’ foundation in Ukraine.
5. Speak about the influence of merchandise imports on the local industry development.

2. Перевірка компетенції у письмі.

1. Export potential of Ukraine and how to increase it. Put your thoughts in writing.
2. Monopolism as an economic phenomenon. Put your thoughts in writing.

3. Перевірка здатності аудіювання іншомовної професійно-спрямованої інформації.

Watch the following video and give your answers to the control questions using the English language or your native language.

Euronews. Focus. 15/06/12.

A NEW PERSPECTIVE ON AFRICA*

It is time to look at Africa with fresh eyes. There is a spirit of optimism on this continent of over a billion people. The World Bank says sub-Saharan Africa will be the only region to accelerate its growth in 2012 with GDP up 5.5 percent. During the last decade, Africa had six of the 10 countries that experienced the fastest growth, like a performance in Asia.

Eight hundred people came to Libreville in Gabon to talk about that. International opinion formers, leaders from business, economics and politics, all met at the invitation of the New York Forum Africa organized by Richard Attias. It was the first gathering of its kind.

The goal was ambitious: to advance practical solutions and legal proposals to allow Africa to at last take its place on the world stage with this question to start: African growth is it a myth or reality?

“Africa is moving now from a little over a billion people to in thirty or forty years two billion people, it will be the largest consumer market in the world. That, you know and more of those consumers are going to come into a position where they have disposable income, that alone is going to attract business from all around the world. Plus Africa has what the rest of the world needs in terms of energy and in terms of raw materials. It is inevitable, the thing that was missing before was stable progressive leadership at the top of government,” said Richard Parsons, former chairman of Citigroup.

Jean Ping, Chairperson, Commission for the African Union explained: “When you see people who have a feel for business, like George Soros who saw very early opportunities in Asia and Malaysia, come to Africa and create a think tank, it is because they feel this is a sustainable growth.”

Shantayanan Devarajan, Chief Economist, World Bank said: “This high accelerated growth rate, has helped the figures for poverty. For the first time, the number of poor has begun to decline. From 2005 to 2008, we found that 9 million Africans have moved out of poverty. This represents the population of Benin.”

How can this good performance be maintained?

The speakers called for nations to stick with prudent economic policies to attract a broader range of investors. Another problem is infrastructure. Like bridges thrown between two banks, they must be strengthened in order to optimize the flow of goods and people.

And finally, it is imperative to further improve security and good governance.

“The more you bring a diversification of investors, the more you can create a sense of well-being and can ask a country to improve its governance. People are migrating increasingly to urban areas where economic welfare is certainly very low but, hopefully, is improving”, opined Ariane de Rothschild, CEO, Edmond de Rothschild Holding

Any development increases inequality. Africa is a land of solidarity, it must find a way to offer support to people. Improving the status of women is one way. This is a corollary of economic development. And it will set an example of how human capital should be valued. One woman attending the forum said, “It is women who work the hardest. I think if they mobilize, if they organize themselves, if they plan their activities better and provide the means necessary to move the continent, then the economic boom of Africa will happen”.

Vickie Remoe, Creative Director, How4do Productions said “There is a story of the guy who started the first national petroleum company in Nigeria and it is a multi-million dollar company and when you hear stories of that of home grown ingenuity and home grown business development whether you are in Sierre Leone, Nigeria or Eritrea or wherever you are on the continent when you hear stories of other people’s success it makes you believe in the possibility of your own success and the possibility of your own dream becoming a reality.”

Africa is also growing because it relies on a new generation of entrepreneurs. They were trained abroad. Perhaps too there is a need to professionalize education at the heart of the continent, so that designers, contractors and developers do not leave. Like the Congolese Verone Mankou, whose touch pad is distributed in Europe and is admired and copied.

“Africa is the only continent in the world where in technology, we can think about a 4-digit growth. We know it will happen. I believe and I know that many others believe too. And not just in the technology sector, but across all sectors. We see young people who are beginning to invest in good projects in their country and I think this is wonderful,” said Verone Mankou, CEO, VMK.

François Chignac, the Euronews correspondent, said “Just like the digital tablet, designed, developed and distributed on the African continent to international standards, the economic boom in Africa today is no longer a myth but indeed a reality. For three days, the debates of the New York Forum Africa have endorsed the new economic model. See you then in a year, here in Libreville, where what was once seen as a land of chaos will become a new economic, social and political model.”

Джерело: <http://www.euronews.com/programs/focus/> →

<http://www.euronews.com/2012/06/15/a-new-perspective-on-africa/>

**Текстовий варіант відео матеріалу наведено в якості ілюстрації та студентам не надається.*

Control questions.

1. What was the World Bank’s forecast of African development in terms of GDP growth in 2012?
2. Where did the first gathering of the New York Forum Africa take place?
3. Who met to take part in the Forum?
4. What was the goal of the Forum?
5. What did Richard Parsons, former chairman of Citigroup, say concerning possible population growth in Africa in thirty or forty years?
6. What is the situation in Africa in terms of energy and raw materials?
7. What did Shantayanan Devarajan, the World Bank’s Chief Economist, say about the number of poor in Africa?
8. What is the role of women in the economy of Africa?
9. What is the current situation in terms of investments, infrastructure and professional education in Africa?
10. According to the conclusion made by François Chignac, the Euronews correspondent, is the economic boom in Africa today a myth or a reality?

4. Перевірка компетенції у читанні.

Read the following text and give your answers to the control questions in English or using your native language.

Economy of Australia

The economy of Australia is one of the largest capitalist economies in the world with a GDP of US\$1.57 trillion. Australia's total wealth is 6.4 trillion dollars. In 2011, it was the 13th largest national economy by nominal GDP and the 17th-largest measured by PPP. Australia is the 19th-largest importer and 19th-largest exporter. Australia's per-capita

GDP is higher than that of the UK, Germany, and France in terms of purchasing power parity. Economy of Australia is quarterly forecasted by the Reserve Bank of Australia.

The Australian economy is dominated by its service sector, comprising 68% of GDP. The mining sector represents 10% of GDP; the "mining-related economy" represents 9% of GDP – the total mining sector is 19% of GDP. Economic growth is largely dependent on the mining sector and agricultural sector with the products to be exported mainly to the East Asian market.

The Australian Securities Exchange is the largest stock exchange in Australia and in the South Pacific and ranks 9th in the world in terms of market capitalization. Australia is home to some of the largest (commodity) companies in the world, including but not limited to, **BHP Billiton** (an Anglo–Australian multinational mining and petroleum company headquartered in Melbourne, Australia and with a major management office in London, United Kingdom); **National Australia Bank**; **Commonwealth Bank** (an Australian multinational bank with businesses across New Zealand, Fiji, Asia, USA and the United Kingdom); **Rio Tinto Group** (a British-Australian multinational metals and mining corporation with headquarters in London, UK and a management office in Melbourne, Australia); **ANZ** (The Australia and New Zealand Banking Group Limited); **Westpac** (Western-Pacific Banking Corporation); **Telstra** (Telstra Corporation Limited is an Australian telecommunications and media company, building and operating telecommunications networks and marketing voice, mobile, internet access and pay television products and services); **Macquarie Bank** (a global investment banking and diversified financial services group); **Woolworths Limited** (a major Australian company with extensive retail interest throughout Australia and New Zealand, the largest food retailer in Australia) and **AMP** (Australian Mutual Provident Society – a financial services company based in Australia) – which also are the 10 largest companies in Australia. The Australian dollar is the currency of the Commonwealth of Australia and its territories, including Christmas Island, Cocos (Keeling) Islands, and Norfolk Island. It is also the official currency of the independent Pacific Island nations of Kiribati, Nauru and Tuvalu. Australia is a member of the **APEC** (Asia-Pacific Economic Cooperation), **G20** (The Group of Twenty Finance Ministers and Central Bank Governors is a group of finance ministers and central bank governors from 20 major economies: 19 countries plus the European Union), **OECD** (The Organisation for Economic Cooperation and Development), **WTO** (The World Trade Organization). The country has also entered into free trade agreements with ASEAN (The Association of Southeast Asian Nations), Chile, New Zealand, Thailand, and the United States. The **ANZCERTA** agreement with New Zealand (Australia New Zealand Closer Economic Relations Trade Agreement) has greatly increased integration with the New Zealand economy and in 2011 there was a plan to form an Australasian Single Economic Market by 2015.

Australia's average GDP growth rate for the period 1901–2000 was 3.4% annually. From the early 1980s onwards, the Australian economy has undergone a continuing economic liberalization. In 1983, under Prime Minister Bob Hawke, but mainly driven by Treasurer Paul Keating, the Australian dollar was floated and financial deregulation was undertaken.

The World Bank expected Australia's GDP growth rate to be 3.2% in 2011 and 3.8% in 2012. The International Monetary Fund in April 2012 predicted that Australia would be the best-performing major advanced economy in the world over the next two years, the Australian Government Department of the Treasury anticipated "forecast growth of 3.0 per cent in 2012 and 3.5 per cent in 2013".

Australian exports.

In the second half of the twentieth century, Australian trade shifted away from Europe and North America to Japan and other East Asian markets.

There is substantial export to China of iron ore, wool, and other raw materials and over 120,000 Chinese students study in Australian schools and universities. In 2009, some state-owned Chinese companies offered to invest 22 billion dollars in Australia's resource extraction industry.

Rich in natural resources, Australia is a major exporter of agricultural products, particularly wheat and wool, minerals such as iron ore and gold, and energy in the forms of liquefied natural gas and coal. Although agriculture and natural resources constitute only 3% and 5% of GDP, respectively, they contribute substantially to export performance. Australia's largest export markets are Japan, China, South Korea, India and the US.

Tourism.

In the financial year 2010/11, the tourism industry represented 2.5% of Australia's GDP. Domestic tourism is a significant part of the tourism industry, and was responsible for 73% of the total direct tourism GDP. The 2010/11 financial year saw a record number of overseas arrivals in the financial year, with 5.9 million short-term visitor arrivals to Australia (588 extra visitors a day). Tourism employed 513,700 people in Australia in 2010/11, of which 43.7% were part-time. Tourism also contributed 8.0% of Australia's total export earnings in 2010/11.

According to the Australian Bureau of Statistics, the unemployment rate in March 2013 was estimated to be 5.6%.

Control questions.

- 1. Які два сектора економіки є основними в Австралії, скільки відсотків ВВП вони охоплюють?*
- 2. Які відомі світові компанії знаходяться в Австралії?*
- 3. Членом яких торгово-економічних міжнародних організацій є Австралія?*
- 4. Що Ви можете сказати про плани економічної інтеграції Австралії та Нової Зеландії до 2015 року?*
- 5. З якого часу економіка Австралії зазнала лібералізації, у чому вона виявилася?*
- 6. Який прогноз надавав Всесвітній Банк стосовно темпу росту валового внутрішнього продукту в Австралії у 2011 та 2012 роках?*
- 7. Що становить основну експортну продукцію Австралії?*
- 8. Що ви можете сказати про економічні відносини Австралії та Китаю?*
- 9. Яке значення має туристична індустрія в економіці Австралії?*
- 10. Який рівень безробіття в Австралії передбачався у березні 2013 року?*

ЗАВДАННЯ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ РІВНЯ СФОРМОВАНОСТІ ПРОФЕСІЙНО-ПРЕДМЕТНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ У СКЛАДІ ПІДКК.

I. Listen and give your answers to the control questions.

FREE TRADE ZONE*

Free trade is a market model in which trade between or within countries is organized freely without any restriction, such as tariffs, quotas, non-tariff barriers, or taxes. Utilizing the argument that the free market is the best “governor” to ensure increase in wealth, free trade demands that government intervention with the “free” market be eliminated and all restrictions be removed.

Proceeding from the above, a free trade zone (FTZ), also called foreign-trade zone, can be defined as an area within which goods may be landed, handled, manufactured or reconfigured, and reexported without the intervention of the customs authorities. Free-trade zones are usually organized around major seaports, international airports, and national frontiers — areas with many geographic advantages for trade. In other words, a free trade zone can be regarded as a region where a group of countries has agreed to reduce or eliminate trade barriers.

One of the world's first Free Trade Zone was established in Shannon, Ireland in 1959 (Shannon Free Zone). This was an attempt by the Irish Government to promote employment within a rural area, to make use of a small regional airport and generate revenue for the Irish economy. It was hugely successful, and is still in operation today.

The number of worldwide free-trade zones proliferated in the late 20th century. Thus, In the United States free-trade zones were first authorized in 1934.

Free trade zones in Latin America date back to the early decades of the 20th century. The first free trade regulations in this region were enacted in Argentina and Uruguay in the 1920s. The Latin American Free Trade Association (LAFTA), based in Montevideo, was created in the 1960 by Argentina, Brazil, Chile, Mexico, Paraguay, Peru, and Uruguay (Treaty of Montevideo). However, the rapid development of free trade zones across the region dates from the late 1960s and the early 1970s.

Free Trade Zones are also known as Special Economic Zones in some countries. Special Economic Zones (SEZs) have been established in many countries as testing grounds for the implementation of liberal market economy principles. SEZs are viewed as instruments to enhance the acceptability and the credibility of the transformation policies and to attract domestic and foreign investment.

A special type of Free Trade Zone is an "Export Processing Zone" (EPZ), set up generally in developing countries by their governments to promote industrial and commercial exports. Most FTZs are located in developing countries: Brazil, Colombia, India, Indonesia, China, the Philippines, Malaysia, Bangladesh, Pakistan, Mexico, Honduras, Guatemala, Kenya, Sri Lanka and others.

Thus, the well-known Free Trade Zones throughout the world include, among others: Alexandria Public free Zone, Suez Public Free Zone (Egypt); Hainan Special Economic Zone (China); King Abdullah Economic City (Saudi Arabia); Dubai Knowledge

Village, Dubai Internet City (Dubai); China-Belarus Industrial Park (Belarus); Kaunas Free Economic Zone (Lithuania); Miami Free Zone (USA), Special Economic Zone Euro-Park Mielec (Poland), Alabuga Special Economic Zone (Russia).

Special Economic Zones existed in Ukraine until March 31, **2005**. The first created was the Nouth-Crimean Experimental Economic Zone Syvash (since 1996). From 1998 to 2000 11 new zones were created, such as: "Slavutych" (Kiev Region), "Azov" (Mariupol, Donetsk Region), "Port Krym" (Kerch, Autonomous Republic of Crimea), "Porto-Franco" (Odessa) and others.

** Текст наведено в якості ілюстрації. Студентам не надається.*

Control questions

- 1. Where are Free Trade Zones usually organized?*
- 2. When and where was the Latin American Free Trade Association created?*
- 3. Give examples of Free Trade Zones in different countries of the world.*
- 4. Give examples of former Special Economic Zones in Ukraine.*

Give your explanation of the following concepts:

- 5. free trade*
- 6. free trade zone*
- 7. trade barriers*
- 8. economic liberalism*
- 9. foreign investment*
- 10. export processing zone.*

II – III. Reading. Writing. Read the following article, give your answers to the control questions and do the suggested tasks.

*Alicia Izquierdo-Yusta, Maria Pilar Martinez-Ruiz,
Ana Isabel Jimenez-Zarco*

UNDERSTANDING ONLINE CUSTOMER REPURCHASING INTENTION: ANALYSIS OF CONVENIENCE AND TRUST AND THEIR MODERATING ROLE

Without doubt online retailing has become commonplace due to rapid proliferation of the Internet. In this respect, the study of processes and motivations of the consumers' repurchase intentions is of great importance for businesses in order to gain and retain customers. For example, it is reported that only a small minority of website visitors return to make purchases (Gupta and Kim, 2007). For this reason, it is more important than ever to identify the main drivers of online customer repurchase. Therefore, our study aims to add to the limited research on online repurchase behaviour: the moderating role which has two important variables, convenience and trust, on the purchasing intentions and those aspects related to risk, the subjective norm and the perceived usefulness.

Service Convenience. Berry, Seiders and Grewal (2002) define service convenience as the "consumers' time and effort perceptions related to buying or using a service." Thus,

service convenience can be thought of as a means of adding value to consumers by decreasing the amount of time and effort a consumer must spend on a service (Colwell, Aung, Holden and Holden, 2008).

In the marketing literature, service convenience is viewed as a multidimensional construct. Thus, Berry, Seiders and Grewal (2002) argue that convenience in the services context must be understood within the context of activities that consumers undertake in the process of purchasing and using a service. They conceptualize 5 dimensions of service convenience that reflect the potential for convenience at each stage of the consumer buying process: decision, access, transaction, benefit and post-benefit. These convenience types reflect the stages of consumers' activities related to buying or using a service.

Previous studies have shown that perception of convenience is a principal reason consumers decide to purchase over the Internet (Jarvenpaa and Tood, 1997; Colwell et al., 2008; Mamaghani, 2009). For this reason, one can expect a priori that the study of this variable applied to the intention to repurchase, also has important implications. First, it will allow the assessment of the significance of this construct in the buying decision process, specifically to the intentions. Second, this construct can be the determining factor in the choice between alternative distribution channels. Consequently, based on past research it is hypothesized that:

Hypothesis 1: Perceptions of convenience positively affect the intention to repeat a purchase over the Internet.

Trust. Trust has different definitions in various social science literature. In summary, trust is a belief that one can rely upon a promise made by another (Pavlou, 2003). In the context of e-commerce, trust includes the online consumers' beliefs and expectations about the related characteristics of an online seller. As Internet shops are less well-known to consumers, they can not, for example, physically check the quality of a product before making a purchase, which causes greater discomfort when paying for a purchase before exchange takes places (Quareshi et al., 2009).

The importance of trust as a significant factor in reducing the social complexity of e-commerce is generally well studied in the literature (Salo and Karjaluoto, 2007).

However, this review has allowed us to verify the scarcity of studies which assume that trust leads to repurchase intention and how convenience may be a forerunner to trust (Flavian, Guinaliu and Gurrea, 2006). Taking into account the above, the following hypotheses can be proposed:

Hypothesis 2: Trust positively affects the intention to repeat a purchase over the Internet.

Hypothesis 3: Perceptions of convenience positively affect trust.

Other elements: Subjective norms, perceived usefulness and risk.

According to Fishbein and Ajzen (1975), ***subjective norms*** are the person's perception that most people who are important to him or her think s/he should or should not perform the behavior in question. In the context of repurchase adoption, a consumer may perceive that convenience is implied after finding out that important referent groups use the Internet as a distribution channel (Kim, Jin, & Park, 2009). This leads us to formulate the following:

Hypothesis 4. *There is a positive association between subjective norms and convenience.*

Perceived usefulness is the degree to which one believes that using technology will increase one's performance (Davis, Bagozzi and Warshaw, 1989). Specifically, it

refers to effectiveness at work (understood as time saving) and the relative importance of the system for the individual's work. For example, online technologies in the context of tourism services enable consumers to be their own travel agents. According to Bhattacharjee (2001), an individual is more likely to undertake continued usage when such usage is perceived as useful. Prior research shows that perceived usefulness has significant effect on customer loyalty intention (Vijayasarathy, 2004). Therefore:

Hypothesis 5. *There is a positive association between consumers' convenience and perceived usefulness.*

The **risk** is made up of two components: the privacy and the security. **Privacy** refers to the ability of an individual, group or institution to control, manage, and determine the extent to which their personal information is communicated to others. The quantitative importance of this issue is shown by Udo (2001), who points out that the protection of privacy is the greatest concern of Internet purchasers. Additionally, the lack of **security** as perceived by online consumers is also another of the main obstacles to the development of e-commerce. Ignorance of how the Internet works increases users' fears that hackers or a third party will gain access to their personal/financial information (Pavlou, 2003). The increased perception on the part of consumers that they need to protect their privacy and don't have secure transactions is expected to be inversely related to their perception of the channel being convenient.

Hypothesis 6. *There is a negative association between lack of privacy and information security risk and convenience.*

To investigate the proposed hypotheses, we surveyed individuals who made a reservation of an overnight stay in a hotel on a leisure trip. The study was conducted in Spain. The sample is composed of 530 Internet users who have purchased an overnight stay in a hotel through the Internet for personal reasons. Women comprised 57% of the total sample. 39% of the surveyed were between the ages of 24 to 33 years old, with 45.7% having university degrees. 30% indicated that they were "single" and the annual income levels ranged from 14,412 to 21,600.

The results confirm, that on one hand, direct and most intense effects of the intention to repurchase over the Internet are in this order of importance: (1) the effect of convenience and (2) trust. On the other hand, we should emphasize the mediating effect. Thus, from the highest to lowest, we can highlight: (1) the perceived usefulness; (2) the effect of the subjective norm and finally (3) the barrier effect that is a risk element in convenience. With respect to the moderating role which trust exerts between convenience and repurchase intention, we should point out that it is very intense.

The findings of this study have important implications for future research and for service providers. Applying "convenience" to the intention to repurchase is an interesting variation with respect to the traditional approach in the literature. For society to accept and

use a technology, it is necessary that individuals acknowledge its convenience and usefulness in relation to the intention to use this technology as part of purchasing process.

Since the use of the Internet as a shopping medium is still at an early stage of development in many areas of the global economy, it is important for hotels, tourism and other services to be able to predict the acceptance of this channel by customers, and understand why its use is still limited.

Several research and managerial implications may be derived from this study.

First, the results show the key role of convenience for intention to repurchase.

The importance of convenience demonstrates that it is necessary for consumers to perceive that the Internet will save their time and effort. Perceptions of usefulness of using the Internet exert direct influence on perceived convenience from the consumer perspective, and should be applied specifically to the process of decision-making. For example, users may prefer to use the Internet because it eliminates the need to visit a travel agency, engage in face-to-face transactions or endure presence and behaviour of other customers.

Second, the findings of this study also imply that trust in the Internet is a key variable that acts on intentions to use the Internet. As Lanseng and Andreasen (2007) found, while usefulness can be designed into the systems, trust is earned. This means that all aspects of interaction with current or potential customers should be carefully managed as trust in a provider is a function of people's general perception of ability, benevolence and integrity. Additionally, this study points out to service providers that trust is an important issue in relationship with the consumers. In the case of e-commerce, trust is even more emphasized since the users are not as accustomed to using the Internet. An e-vendor can satisfy a consumer's need to evaluate the trustworthiness of the services by offering necessary tools. Establishing trust may be done through affiliating with an objective third party, providing guarantees that insure the party will fulfil all of its promises, and providing a professional site that facilitates navigation and provides features that support users, such as an internal search engine, quick order ability, order tracking and a chat room. This will highlight the e-vendor's integrity and benevolence, making deeper relationship with customers possible, while also making consumers more loyal to an e-vendor when the trust is established (Jarvenpaa and Tractinsky, 1999).

Thirdly, increased perception on the part of consumers that they need to protect their privacy and do not have secure transactions were found to be inversely related to their perception of the channel being convenient. As it has been highlighted in many studies, the barrier created by privacy and information security issues must be reduced to establish a perception of convenience. A consumer visiting a website will expect clear guidelines on consumer privacy, non-disclosure of private information and protection from receiving unsolicited e-mails. Security perceptions can be enhanced through explicitly mentioning the use of encryption. Guarantees of online transactions by major financial institutions or vendors reduce security concerns which, in turn, increase perceptions of customer convenience.

Lastly, subjective norms significantly affect perceptions of convenience, usefulness, and intentions to purchase again. This finding confirms the important role that reference groups and opinion leaders play in affecting purchase intentions. Businesses need to

promote their Internet presence to opinion leaders in order to affect buy-in from other consumers.

Izquierdo-Yusta, A. Understanding online customer repurchasing intention: analysis of convenience and trust and their moderating role/ Alicia Izquierdo-Yusta, Maria Pilar Martinez-Ruiz, Ana Isabel Jimenez-Zarco //Актуальні проблеми економіки. – 2011. - № 12. – с. 369 – 375.

- 1. Якій загальній проблемі присвячено дану наукову статтю?**
- 2. Вкажіть два основних несталіх фактора, що впливають на наміри здійснити купівлю в Інтернеті, а також назвіть інші впливові чинники.**
- 3. Яку гіпотезу висунуто авторами дослідження стосовно відчуття зручності та намірів повторно придбати товар/замовити послугу через Інтернет?**
- 4. Яке роз'яснення надано авторами статті поняттю «довіра» у контексті здійснення купівлі за допомогою мережі Інтернет?**
- 5. Яку гіпотезу висунуто авторами статті стосовно впливу довіри на наміри повторно здійснити купівлю он-лайн?**
- 6. Опишіть, спираючись на текст статті, сутність поняття «суб'єктивні норми» у контексті використання споживачами мережі Інтернет з метою купівлі товарів/послуг.**
- 7. Які два компоненти, за думкою авторів, входять до категорії «ризик» в аспекті придбання товарів/послуг он-лайн; яке визначення поняття «приватність» підтримують автори статті?**
- 8. Яку гіпотезу висунуто авторами статті стосовно взаємозв'язку між ризиком інформаційної безпеки та зручністю користування Інтернет-магазинами?**
- 9. Наведіть, спираючись на текст статті, причини, з яких користувачі можуть віддавати перевагу Інтернету для придбання товарів та послуг?**
- 10. Які практичні поради пропонують автори статті постачальникам послуг для здобуття довіри споживачів до торгівлі он-лайн?**
- 11. Наведіть англійською мовою п'ять ключових, на ваш погляд, понять з тексту статті.**
- 12. Надайте українські еквіваленти до відповідних англійських: *online retailing, trust, risk, privacy, security, subjective norm, perceived usefulness, service convenience, online transaction, benefit, post-benefit, e-commerce, online seller, online consumer, Internet shop, a third party (in terms of e-commerce), annual income level, service provider, the global economy, e-vendor, financial institution.***
- 13. Надайте українські еквіваленти до відповідних англомовних словосполучень та висловів: *consumers' repurchase intentions, to gain and retain customers, to return to make purchases, to identify the (main) drivers of online customer repurchase, to purchase over the Internet, alternative distribution channels, the online consumers' beliefs and expectations, to check the quality of a product, to pay for a purchase, to reduce the social complexity of e-commerce, to use the Internet as a distribution channel, to gain access to smb's personal/financial information, (not) to have secure transactions, to use the Internet as a shopping medium, to engage in face-to-face transactions, to interact with***

current/potential customers, to make consumers more loyal to an e-vendor, to affect purchase intentions.

14. Наведіть письмово англійською/українською/російською мовою власне розуміння наступних англомовних економічних понять, які вживаються у тексті статті: benefit, online transaction, e-commerce, online consumer, service provider, e-vendor, annual income level.

15. You are going to take part in a conference devoted to various economic problems. Make a short written description (10 sentences at least) of your intended public speech devoted to the current state of e-commerce in Ukraine. Mention the main problems and reveal the perspectives of online retailing development in Ukraine. Specify the effective ways of increasing the consumers' trust in the Internet as a shopping medium. List the Ukrainian and/or foreign Internet shops that you know about. Share your experience of transactions via the Internet as a consumer (or, on the contrary, as an online manager/seller), if you have ever experienced such transactions. Use the appropriate economic concepts that are mentioned in the article above.

IV. Speaking. Choose one of the following topics to speak on. Try to use the related terms, notions and expressions that are suggested below. Be ready to explain them in English.

1. Speak about the aspect of competition in business.

Terms and expressions suggested: rivalry among sellers, a consumer, to increase profits and sales volume, to vary price/ product/ distribution/ promotion, perfect (pure) competition, imperfect competition, monopoly, oligopoly, internal competition/self-competition, economic competition between countries, competition policy and law, tariffs, subsidies, protectionist measures.

2. Inflation problem in economics.

Terms and expressions suggested: level of prices, purchasing power reduction, inflation rate, the consumer price index, excessive growth of money supply, hyperinflation, low/ zero/ negative inflation, monetary inflation, monetary policy, deflation, economic recession.

ЗАВДАННЯ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ РІВНЯ ДІЛОВОЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ У СКЛАДІ ПДКК.

(використовується комплекс контрольних завдань, наведений у Додатку В)

ЗАВДАННЯ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ РІВНЯ ІНТЕРАКЦІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ У СКЛАДІ ПДКК.

1. Roleplay a conversation with a foreign business partner concerning the possibility of mutually beneficial cooperation. Try to make advantageous business offers, accept/reject those of your partner's. Show respect, politeness and interest in further cooperation. Thank your partner for the attention and willingness to cooperate. End the conversation.

2. Your company's foreign business partner expresses the intention to terminate the cooperation and trade relations with your company. Take the initiative and make an attempt to convince the partner to continue business cooperation. Try to find out the aspects your foreign partner is dissatisfied with: quality of goods, prices, terms of delivery, high transport costs, low demand for goods etc. Offer your own ways of improving the situation. Show self-control, politeness and interest in further cooperation. End the conversation.

3. Imagine you are a well-known economic analyst and opinion former in Ukraine being interviewed by a journalist of a foreign TV channel. Express your point of view on the present-day state of Ukrainian economy. Characterize the problems and perspectives. Share your opinion concerning the role of Ukraine in the world economy. Speak about the export potential of Ukraine. Show respect, amiability, courtesy, try to give clear and competent answers to the questions asked by the journalist. End the conversation by expressing mutual gratitude for the interview.

4. You are a participant of an international conference on the problems of the world economy. Initiate an acquaintance with a foreign colleague-economist. Exchange your points of view concerning the aspect of globalization of the world economy. Express your opinion concerning Ukraine's membership in the WTO: "for" and "against". Show respect, amiability, politeness. End the conversation by expressing gratitude to your interlocutor for the discussion.

5. Imagine you are interviewed by a journalist of a foreign TV channel concerning your company and products. Describe the goods/ services so that to attract demand for the products and to extend the trade area. Show respect, amiability, politeness, adequate reaction to any possible questions. End the conversation by expressing gratitude for the interview.

ДОДАТОК Д

Структура факультативного спецкурсу “Основи іншомовного професійно-ділового спілкування”

Назви змістових частин і тем	Кількість годин				
	Денна форма навчання				
	Усього	У тому числі			
		лекц.	практ.	лаб.	самоств. робота
Introduction. Professional & Business Communication. The Theoretical Aspect.	4	2			2
Part 1. Developing the Skills in Listening, Speaking, Reading, Writing.					
01. Listening & Speaking. Global Economic Crisis. Worrying Times for the World’s Biggest Economies. Reading. Global Economic Downturn: A Crisis of Political Economy. Writing Business Letters. Letter Structure.	4		2		2
02. Listening & Speaking. Transformation of the World Economy: Globalization vs. Multipolar World Economy. Reading. Globalization Economy. Writing a Letter of Enquiry.	4		2		2
03. Listening & Speaking. Historical and Current World Currencies. Reading. China's Yuan: The Next Reserve Currency? Writing Sale Letters, Offers, Advertisements.	4		2		2
04. Listening & Speaking. Unemployment Problem: Finding Work for a Lost Generation. Reading. Unemployment problem is bigger than NYC and LA combined. Writing a Letter of Complaint and Replying to It .	4		2		2
05. Listening & Speaking. Starting and Running Your Own Small Business.	4		2		2

Reading. 5 Qualities of Successful Entrepreneurs. Writing Delivery Letters, Force-Majeure Circumstances.					
06. Listening & Speaking. What is a Non-Profit and How to Start It? Reading. 8 Essential Steps to Starting a Non-Profit Organization. Writing Other Types of Letters: Introduction, Recommendation, Congratulation/Promotion, Reminders.	4		2		2
07. Listening & Speaking. E-Commerce Development Around the World. Reading. Electronic Service Quality and Attitudes Towards Adolescents' Online Purchasing: Mediating Effect of Reputation and Perceived Risk. Writing E-mail messages.	4		2		2
08. Listening & Speaking. Doing Green Business. Protecting the Environment while Making a Profit. Reading. A Secret to Green Business Success. Writing. Making an Order.	4		2		2
09. Listening & Speaking. Innovation in Business. Transforming Ideas into Successful Products. Reading. Privately Held Businesses Still Believe Product Innovation Boosts Profitability. Writing. Making a Written Outline of Your Intended Speech / Message /Report etc.	4		2		2
10. Listening & Speaking. The Role of Women in Business and Economy. Reading. Women in senior management: still not enough. Writing a Resume.	4		2		2
Разом за змістовою частиною 1.	40		20		20
Part 2. Solving the Interaction Problem.					
01. Communicating Verbally and	4		2		2

Nonverbally.					
02. Starting, Joining, Ending a Business Conversation.	4		2		2
03. Expressing Opinion, Disagreeing, Interrupting.	4		2		2
04. Giving Instructions, Asking For Clarification, Questioning.	4		2		2
05. Awkward Situations: Resolving Problems, Refusing, Speaking with Difficult Clients.	4		2		2
06. Negotiations.	4		2		2
07. Preparing for an Interview.	4		2		2
08. Reporting to the Audience.	4		2		2
09. Telephone Conversations.	4		2		2
10. Communicating Online.	4		2		2
Разом за змістовою частиною 2.	40		20		20
Part 3. Business Across Cultures.					
01. Ukraine and its Economic Structure. Some Peculiarities of Doing Business in Ukraine.	4		2		2
02. Doing Business in Russia.	4		2		2
03. The Economy of the European Countries.	4		2		2
04. Peculiarities of Doing Business in Europe.	4		2		2
05. The Economy of the USA and Canada and the Peculiarities of Doing Business There.	4		2		2
06. The Economic Development and Current Economic Problems in the South-American countries. The Peculiarities of Interpersonal Business Relationships.	4		2		2
07. The Economy of Asia. The Peculiarities of Interpersonal Business Relationships in the Asian Communities.	4		2		2
08. The Economy of Africa and the General Norms of Business Relationships Accepted There.	4		2		2

09. The Economy of Australia and the Norms of Business Relationships Accepted There.	4		2		2
10. General Rules of Business Communication Accepted Worldwide.	4		2		2
Разом за змістовою частиною 3.	40		20		20
Part 4. A Deeper Insight in Economics.					
01. Economics as a Science. The World Trade Organization.	4		2		2
02. The Main Laws of Economics. The International Monetary Fund.	4		2		2
03. Money as a Medium of Exchange. The World Bank.	4		2		2
04. Competitive and Monopolistic Markets. The International Chamber of Commerce.	4		2		2
05. What is Inflation? The United Nations Industrial Development Organization (UNIDO).	4		2		2
06. International Economics. The Eurasian Customs Union.	4		2		2
07. Management. The International Labour Organization.	4		2		2
08. International Business. Import-Export. International Business Management. The World Economic Forum (Davos).	4		2		2
09. Enterprise Economy. Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC).	4		2		2
10. Marketing. Advertising. The Southern Common Market (Mercosul) and Other International Organizations.	4		2		2
Разом за змістовою частиною 4.	40		20		20
Усього по курсу	164	2	80		82

Перелік відкритих Інтернет-ресурсів для перегляду/читання он-лайн (Частина 1)

01. Listening & Speaking. Global Economic Crisis. Worrying Times for the World's Biggest Economies.

До перегляду: Euronews. Business Weekly.

<http://www.euronews.com/2013/06/28/worrying-times-for-the-world-s-biggest-economies/>.

Reading. Global Economic Downturn: A Crisis of Political Economy:

<http://www.stratfor.com/weekly/20110808-global-economic-downturn-crisis-political-economy>.

02. Listening & Speaking. Transformation of the World Economy: Globalization vs. Multipolar World Economy.

До перегляду: Transformation of the Global Economy [In Focus]:

<http://www.youtube.com/watch?v=yA050nW075g>

Noam Chomsky - discussing globalization: <http://www.youtube.com/watch?v=N6rT-Up9ZlY>.

Reading. Globalization Economy:

http://www.economywatch.com/world_economy/world-economic-indicators/global-economy/globalization-economy.html

03. Listening & Speaking. Historical and Current World Currencies.

До перегляду: Euronews. Interview. <http://www.euronews.com/2013/03/20/how-to-save-the-euro/>.

Debt crisis hits euro's reserve currency role: <http://www.euronews.com/2013/07/02/debt-crisis-hits-euro-s-reserve-currency-role/>

Reading. China's Yuan: The Next Reserve Currency?:

http://www.businessweek.com/globalbiz/content/may2009/gb20090522_665312.htm.

04. Listening & Speaking. Unemployment Problem: Finding Work for a Lost Generation.

До перегляду: Euronews. Business. Real Economy:

<http://www.euronews.com/2013/07/15/finding-work-for-a-lost-generation/>.

Reading. Unemployment problem is bigger than NYC and LA combined:

<http://www.economy.money.cnn.com/2013/06/05/unemployment-problem-is-bigger-than-nyc-and-la-combined/>.

05. Listening & Speaking. Starting and Running Your Own Small Business.

До перегляду: CareerFuel. Small Business Success Story: K2 Fitness: <http://www.careerfuel.net/2012/09/small-business-success-story-k2-2/>.

Reading. 5 Qualities of Successful Entrepreneurs:

<http://www.entrepreneur.com/article/227776>.

Running Your Small Business Efficiently: <http://www.income.com/2488/running-your-small-business-efficiently/>.

06. Listening & Speaking. What is a Non-Profit and How to Start It?

До перегляду: How to Start a Non-Profit Organization?:

<http://www.youtube.com/watch?v=tVu2-kqWFOU>.

Reading. 8 Essential Steps to Starting a Non-Profit Organization:

<http://www.smallbiztrends.com/2010/07/8-essential-steps-to-starting-a-non-profit-organization.html>.

07. Listening & Speaking. E-Commerce Development Around the World.

До перегляду: E-commerce's Future isn't What It Used to Be; It's Even Better:

<http://www.youtube.com/watch?v=mJtw1027FYs>.

Reading. Electronic Service Quality and Attitudes Towards Adolescents' Online Purchasing: Mediating Effect of Reputation and Perceived Risk : Актуальні проблеми економіки. – 2011. - №8. – С. 441-451.

проблеми економіки. – 2011. - №8. – С. 441-451.

08. Listening & Speaking. Doing Green Business. Protecting the Environment while Making a Profit.

До перегляду: Euronews. SCI-TECH. Generation Y:

<http://www.euronews.com/2012/10/22/growing-green-businesses/>.

Euronews. Business Planet: <http://www.euronews.com/2012/12/14/protecting-the-environment-can-be-profitable>.

Reading. A Secret to Green Business Success:

<http://www.smallbiztrends.com/2012/09/secret-green-business-success-measure-it.html>.

09. Listening & Speaking. Innovation in Business. Transforming Ideas into Successful Products.

До перегляду: Euronews. Innovation. The future is: hands-free driving:

<http://www.euronews.com/2012/03/01/the-future-is-hands-free-driving/>.

Euronews. Innovation.

Cool Baking Technology: <http://www.euronews.com/2012/08/30/the-cool-way-to-save-dough-making-bread/>.

Reading. Privately Held Businesses Still Believe Product Innovation Boosts Profitability: http://www.internationalbusinessreport.com/Press-room/Innovation_2009_PRelease.asp.

10. Listening & Speaking. The Role of Women in Business and Economy.

До перегляду: Euronews. Focus: <http://www.euronews.com/2012/10/12/deauville-the-new-davos-for-women-in-business/>.

Euronews. Business Planet: <http://www.euronews.com/2012/06/25/boosting-women-entrepreneurs>.

Reading. Women in Senior Management: Still not Enough:

<http://www.internationalbusinessreport.com/Reports/2012/women.asp>.

Рекомендована література та Інтернет-ресурси

1. **Bramble, P.S.** Culture Shock! Japan: a Survival Guide to Customs and Etiquette/ Susan L. Wilson. – Marshall Cavendish Editions, 2005. – 286 p.
2. **Bucknall, K.B.** Chinese Business Etiquette/ Kevin B. Bucknall. – Boson Books, 1999. – 218 p.
3. **Cavusgil, S.T.** International Business : Strategy, Management, and the New Realities / S. Tamer Cavusgil, Gary Knight, John R. Riesenberger. – Pearson Education, 2008. – 670 p.
4. **Cox, B.G.** Vocabulary Basics for Business / Barbara G. Cox. – Prentice Hall, 2002 – 320 p.
5. **Darragh, G.** Business Idioms –1000 Everyday Idioms in Business/ Glenn Darragh. – Editorial Stanley, 2000. – 208 p.
6. **Davis, K.W.** Business Writing and Communication/ Kenneth W. Davis. – 2nd edition. – McGraw-Hill, 2010. – 243 p.
7. **Eagan, A.** Culture Shock! China: a Survival Guide to Customs and Etiquette/ Angie Eagan, Rebecca Weiner. – Marshall Cavendish Editions, 2011. – 294 p.
8. **Emmerson, P.** Email English/ Paul Emmerson. – Macmillan Publishing, 2003. – 96 p.
9. **Encyclopedia of Business in Today's World** / Charles Wankel, general editor. – SAGE Publications, 2009. – 2011 p.
10. **Fox, S.** Business Etiquette For Dummies / Sue Fox. – 2nd edition. - Wiley Publishing, Inc., 2008 – 338 p.
11. **Gesteland, R.R.** Cross-Cultural Business Behavior: Marketing, Negotiating, Sourcing and Managing Across Cultures/ Richard R. Gesteland. – Copenhagen Business School Press, 2002. – 347 p.
12. **Jackson, A.** How to Prepare Your Curriculum Vitae/ Acy L. Jackson, C. Kathleen Geckeis. – McGraw-Hill, 2003. – 184 p.
13. **Keizer, J.** A Basic Guide to International Business Law / Jan Keizer, Harm Wevers. – Wolters-Noordhoff, 2007. – 184 p.
14. **Lustig, M.W.** Intercultural Competence: Interpersonal Communication Across Cultures / M.W. Lustig, J. Koester. – 6th ed. – Pearson Education, 2010. – 388 p.
15. **McKellen, J.S.** Test Your Business English. General Usage / J.S. McKellen. – Penguin Books, 1990. – 95 p.
16. **McLean, S.** Business Communication for Success/ Scott Mclean. – Flat World Knowledge, Inc., 2010. – 419 p.
17. **Miles, A.D.** 15 Ways to Improve Oral Communication in Business English/ Andrew D. Miles – English for Business, Barcelona, 2007. – 29 p.
18. **Morris, V.B.** Dictionary of Financial Terms / Virginia B. Morris, Kenneth M. Morris. – New York: Lightbulb Press, 2007. – 226 p.
19. **Norman, S.** We Mean Business. Students' Book / Susan Norman, Eleanor Melville. – Longman, 1990. – 140 p.
20. **Sabath, A.M.** Business Etiquette : 101 ways to conduct business with charm and savvy / Ann Marie Sabath.—2nd ed. – Career Books, 2002 – 188 p.
21. **Shell, R.G.** Bargaining for Advantage / G. Richard Shell. – New York: Penguin Books, 2006. – 320 p.
22. **Stein, M.** Fearless Interviewing: How to Win the Job by Communicating with Confidence/ Marky Stein. – McGraw-Hill, 2003. – 193 p.
23. **The International Encyclopedia of Communication**/ edited by Wolfgang Donsbach. – Blackwell Publishing Ltd, 2008. – 5694 p.
24. **Tomalin, B.** The World's Business Cultures and How to Unlock Them/ Barry Tomalin, Mike Nicks. – Thorogood Publishing, 2007. – 270 p.
25. **Tucker, I.B.** Economics for Today, 7th edition / Irvin B. Tucker. – South-Western Cengage Learning, 2011. – 891 p.
26. **Verderber, K.S.** Communicate! / K. S.Verderber, R. F.Verderber, D.D. Sellnow [Thirteenth Edition]. – Wadsworth, Cengage Learning, 2010. – 450 p.

27. **Wang, J.X.** What Every Engineer Should Know about Business Communication/ John X. Wang. – CRC Press, 2008. – 189 p.
28. **Wilkie, H.** Writing, Speaking, Listening. The Essentials of Business Communication/ Helen Wilkie. – Oxford: How To Books Ltd, 2001. – 96 p.
29. **Wilson, S.L.** Culture Shock! Egypt: a Survival Guide to Customs and Etiquette/ Susan L. Wilson. – Marshall Cavendish Editions, 2011. – 330 p.
30. **Zhu, Y.** Written Communication Across Cultures: a sociocognitive perspective on business genres / Yunxia Zhu. – Joh Benjamins Publishing Co., 2005. – 215 p.
31. The Financial Times US [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ft.com/home/us>.
32. The Financial Times UK [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ft.com/home/uk>.
33. The Financial Times Europe [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ft.com/home/europe>.
34. The Financial Times Asia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ft.com/home/asia>.
35. The Financial Times Middle East [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ft.com/home/middleeast>.
36. The Financial Times India [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ft.com/home/india>.
37. The New York Times [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nytimes.com/>.
38. The Washington Post [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.washingtonpost.com/>.
39. The Sunday Times [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.thesundaytimes.co.uk/sto/business/>.
40. The Guardian [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.theguardian.com/uk>.
41. The Independent [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.independent.co.uk/>.
42. The Telegraph [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk/finance/>.
43. The Daily Express [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.express.co.uk/finance>.
44. The DailyMail [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dailymail.co.uk/money/>.
45. The Economist [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economist.com/>.
46. The Wall Street Journal [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://online.wsj.com/europe>.
47. The BBC [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bbc.com/news/business/>.
48. The Euronews [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.euronews.com/tag/english/>.
49. Russia Today [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rt.com/business/>.
50. The Euronews Radio [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.euronewsradio.com/>.
51. Wikipedia, the Free Encyclopedia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://en.wikipedia.org/wiki/Main_Page.
52. The World Trade Organization [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.wto.org/>
53. The International Monetary Fund [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.imf.org/external/index.htm>.

ДОДАТОК Е

ПРИКЛАДИ НАВЧАЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ ЗА ФАКУЛЬТАТИВНИМ СПЕЦКУРСОМ “ОСНОВИ ІДС”

PART 1. DEVELOPING THE SKILLS IN LISTENING, SPEAKING, READING, WRITING.

08

LISTENING&SPEAKING.

DOING GREEN BUSINESS. PROTECTING THE ENVIRONMENT WHILE MAKING A PROFIT.

The **green economy** is regarded as an economy that results in reducing environmental risks and ecological scarcities, and that aims at sustainable development without degrading the environment.

1. Connect the following concepts with their meanings. Use them in the sentences of your own.

1 <i>Green economy</i>	A An environmentally friendly firm.
2 <i>eco commerce</i>	B Energy that comes from resources which are naturally replenished such as sunlight, wind, rain, tides, waves and geothermal heat.
3 <i>environmental ethics</i>	C The concept of visiting a place as a tourist and trying to make only a positive impact on the environment, society and economy
4 <i>green job</i>	D Buying or selling focused on balancing the world's energy needs and environmental integrity.
5 <i>renewable energy</i>	E A short for ecological taxation, that means taxes intended to promote environmentally friendly activities via economic incentives.
6 <i>sustainable tourism</i>	F Collection, processing and reuse of wastes.
7 <i>ecotax</i>	G Environmentally-oriented economy
8 <i>green enterprise</i>	H Vehicles or infrastructure sustainable as to social, environmental and climate impacts.
9 <i>waste management</i>	I The part of environmental philosophy that extends the traditional boundaries of ethics from solely humans to including the non-human world.
10 <i>sustainable transport</i>	J Work in a wide range of activities that help to protect ecosystems and minimize waste and pollution.

2. Visit the following website and watch the following video:

Euronews. SCI-TECH. Generation Y: Green Means Business.
<http://www.euronews.com/2012/10/22/growing-green-businesses/>

Sarah Smith is part of a new generation of environmentally-aware entrepreneurs. Her drive to succeed has taken her to Paris where she will pitch her idea to a panel of experts and investors. Along with her team she has developed a business plan for a network of urban cargo bikes.

Alexander Greif is another ambitious young entrepreneur. Inspired by the fact that most of the cars in traffic jams have empty seats, and concerned by pollution, he hopes to set up a new type of car pooling scheme. And he is also presenting his project in Paris. He explained:

“Basically, we are trying to fix the problem of car pooling. Car pooling is very hard. You have to look everything up, you have to find drivers going your direction and the client to pay for it. We want to change that around.

We want the customer who is paying to be the one who gets all the service. The driver should be competing for the customer. So drivers would actually have to bid on the customers to take them and make money with it.”

Sarah and Alex were among around 200 students who went to the 5-week Climate KIC summer school. The scheme is supported by the European Commission and aims to train entrepreneurs of the future who are capable of building businesses which reduce global warming as well as making a profit.

“You have to have a creative mind. At least one person in your group needs to be creative and then you also need someone who is aware of the finances and the reality of it. Of how can you market that and make it a practical and a viable solution,” says Smith.

During their summer school course, the students travelled round Europe attending lectures and meeting experts. On the last day of the course the teams presented their projects to a panel of experts and investors. Alex used a mix of pragmatism and idealism to pitch his idea.

“People don’t actually care about climate change too much because it’s a very long process. To motivate people you have to make them save money. And for us it is a business because we want to earn money in the process. We want to change the world that people live in,” says Greif.

Sarah’s team also prepared a strong pitch to convince investors of the marketability of their cycle-scheme. “Having the confidence to go out and speak to people and contact them, to survey people, make connections with governments and companies... that is critical because we rely on their help to get things going,” she says.

And her strategy was a success. The “awesome bike” project was one of three winners chosen by the panel. But during the subsequent debriefing, the business coach told them that their business plan was not realistic.

“No business works perfectly. It is never a easy journey and you have to have the strength to push through all those problems. Believe in your idea and then you will succeed,” says coach Richard Barker.

Barker coached all the green entrepreneurs during the summer, and is on hand to congratulate Alex – the only one to get an offer from an investor.

“Working with people from different backgrounds is interesting. You get so many different opinions on things. You have many ideas that you would not have had yourself. But it takes a long time to get used to it,” says Alex. “The communication is very hard, because it depends on a common language, in this case English. But it is very interesting and it helped me to learn a lot about myself and the whole business.”

3. What is meant by green economy and green business?

4. Differentiate between the green business plans described in the video. Which one would you prefer and why?

5. Suggest your own ideas of green business projects.

6. Think about the role of innovation and creative mind in doing green business.

7. Visit the following website and watch the following video: Euronews. Business Planet: Protecting the Environment Can Be Profitable
<http://www.euronews.com/2012/12/14/protecting-the-environment-can-be-profitable>.

As technology progresses, consumer habits change. Like many other electrical appliances, old television sets have become obsolete.

This week, Business Planet takes us to Italy, where we will see how environmentally harmful waste is being transformed into fancy ceramic tiles, offering some businesses an answer to the economic crisis.

Founded in 1999, Relight is a successful business which today employs 70 people.

The company specialises in the treatment of electric and electronic waste.

It is always looking for innovative ways to recycle the waste it collects.

“These products have an increasingly short shelf-life so there are more and more of them to get rid of. You have to recycle in order to guarantee a second life for these materials,” says Relight General Manager Bibiana Ferrari.

Relight is part of a group of businesses that offers old TV screens a second life.

Thanks to the Glassplus project backed by the European Commission’s Eco-Innovation program, TV screens are gathered, shredded and re-used to make ceramic tiles.

The company is not just doing the environment a favour – last year, Relight reached an annual turnover of 8 million euros.

“All of these operations are economically sustainable because this is a profitable business, my factory is making profit, creating jobs and has a self-sustaining system,” says Bibiana Ferrari.

The recycled glass is added to a clay mixture used to make ceramic tiles.

For example, in order to make enough tiles for a 70-square meter apartment, 30 television sets are needed.

To this day, 10,000 tons of TV sets have been recycled thanks to the Glassplus project.

“To this day we have produced 500,000 square meters of ceramic tiles with this innovative clay. This means that we have recycled 2,500 tons of glass from old televisions,” says Glassplus project coordinator Davide Carra.

By using recycled glass, Refin, the ceramics manufacturer, significantly reduces its dependency on mostly imported raw materials.

The process is not only environmentally-friendly, but also attracts new markets thanks to its ecological certification.

“This production is very important for us because we always focus on innovation, high quality and design,” says Refin General Manager, Arnold Stabinger.

Relight General Manager Bibiana Ferrari has this advice for anyone seeking to set up a successful, environmentally-friendly business:

“The three keys to success in this field are: focusing on development and research, spending a lot of energy and effort on environmental issues, and the ability to process waste in accordance with industrial needs.”

8. Characterize the difference between “green” and traditional “brown” economy.

9. Work in a chain. Give as many examples of businesses based on recycling waste as you can. E.g. transforming electronic waste into ceramic tiles.

10. Try and suggest other ideas of protecting environment while making a profit.

11. Comment on the use of clean technologies such as wind power, solar power, hydropower etc. in our country that you know about.

12. Work in two teams, the first team giving arguments “for”, the second team – “against” the statement : “Ecology is minor versus economy.”

13. Discussion.

“It is commonly known that a “green economy” is focused on a careful and not wasteful use of resources as well as on the environmental pollution prevention or reduction. According to the definition of the International Chamber of Commerce (ICC) a green economy is an economy in which economic growth and environmental responsibility work together in a mutually reinforcing fashion while supporting progress in social development. Thus, green business development around the world will enable to avoid the ecological crisis which has already spread to many industrial regions of the world.

In your opinion, what should be done to favour green business development in Ukraine and around the world? Give examples of successful/unsuccessful green business projects you know about.” *A. Laiko, O. Nikishyna (Institut of Market Problems and Economic&Ecological Research, Odessa).*

READING.

14. Visit the following website and read the following article.

A SECRET TO GREEN BUSINESS SUCCESS.

<http://www.smallbiztrends.com/2012/09/secret-green-business-success-measure-it.html>.

Sep 6, 2012 by Kelly Spors

On any big corporation's website these days, you'll likely find their page devoted to environmental sustainability. It typically describes what initiatives the corporation has to lower its carbon emissions, recycle more, or save energy or water. It provides numbers and data that explain how much progress the company has made to reduce its environmental footprint.

Small businesses may feel like such data gathering and number crunching is too time-consuming or not worth the effort. They probably don't have budgets, after all, to hire sustainability consultants.

But for most businesses, it's worth spending a little time measuring green progress: Small businesses can greatly enhance their sustainability progress – while adding credibility to their green marketing – by using data to better measure and track their sustainability performance.

While it does take time to measure and track your green progress, it doesn't have to be an all-consuming process.

Here are three key steps:

Find Your Baseline

You need to know your starting point to know whether you've made any progress. How many kilowatts of electricity do you use each year? How many miles do your company autos travel each year (and what's their gas mileage).

Do a thorough review of your current environmental footprint. You can find much of the information about your energy use, for instance, by reviewing your electric and gas bills. This will likely probably help you identify opportunities for improvement.

You can keep track on a monthly or quarterly basis using an Excel spreadsheet. Local organizations can also help. Check to see if there's a sustainability networking group, such as a BALLE (Business Alliance for Local Living Economies) chapter in your community.

Some utility companies will also provide free or low-cost energy and water audits that give you a breakdown of your current usage.

Set Goals

Once you know your current footprint, you can identify ways to lower it. Consider writing a sustainability plan, even if just a short one, that lays out your goals. Writing a plan allows you to think through your sustainability priorities and formalize them.

You might even consider publishing that plan on your web site, if you think your customers will care.

Keep Track Of Your Progress

Keep a spreadsheet that documents your company's green progress. If a goal is to reduce electricity use by, say, 10%, write down your monthly kilowatt usage (which is

typically displayed on your utility bills). This will make it easy come year-end for you to see whether you've met your goals.

After you've collected all this great information about your environmental footprint – and know how much progress you've made in reducing it – you have something to brag about. Use that information to engage your customers around your green initiatives. You'll have numbers to back it up, after all.

15. Translate the following word combinations. Make up your own sentences with them in English.

Environmental sustainability; carbon emissions; to reduce environmental footprint; to hire sustainability consultants; green marketing; a sustainability networking group; utility companies; energy and water audits.

16. In your opinion, is it important for small businesses to support green initiatives? Speak about the main steps to a firm's green progress.

WRITING.

Making an Order.

17. Study the following material.

In business or commerce, an order is a stated intention, either spoken or written, to engage in a commercial transaction for specific products or services. From a buyer's point of view it expresses the intention to buy and is called a purchase order. From a seller's point of view it expresses the intention to sell and is referred to as a sales order. When the purchase order of the buyer and the sales order of the seller agree, the orders become a contract between the buyer and seller.

When placing an order, you need not excite your reader's interest, just state your needs clearly and directly.

Many companies use special blanks for ordering merchandise or service which have empty spaces to ensure the inclusion of all necessary information.

Nevertheless, there will be times, when an order should be placed in letter format so you must be sure to include complete accurate information because incomplete orders result in delayed deliveries as well as inaccurate facts result in receipt of the wrong merchandise.

Pay attention to the following suggestions for writing effective order letters.

Give the information in a clear format to make your letter easy to read. Write a separate, single-spaced paragraph for each item. Arrange the order in a tabular form similar to an order blank, especially when several sets of items and prices are given. Tabular form is clearer than writing information in sentences.

Use specific and direct openings such as "Please send me..." or "Please ship..." rather than vague phrases such as "I'm interested in..." or "I'd like to..."

Give a complete description of each item by including the following information in your order letter:

Name of product

Catalogue (or model) number

Quality ordered

Description of product, including as much of the following specifications as it is appropriate: colour, size, material, grade of quality, pattern, finish and any other details available.

Unit price

Total price for desired quantity

Any other information you have, e.g. where you saw the product advertised.

Tell how and when you will pay for the order by giving the way of payment to be used (personal cheque, COD, or credit card etc.). Be sure to add any shipping charges and sales tax that may be part of the total cost.

Tell where, when and how you want the merchandise be delivered/shipped. Give your return address. If you need the order by a certain date, be sure to include the date in your order letter. And if you have a preference, indicate the method of delivery/shipment. Otherwise, the seller will choose the delivery method and will send the merchandise when it is convenient. E.g., you may need the merchandise in a hurry and be willing to pay the extra cost of air express.

Merchandise can be shipped *FOB destination* or *FOB shipping point*, where the initials FOB stand for “free on board”. Thus, if merchandise is shipped *FOB destination*, the seller pays the shipping charges and they are included in the price of the merchandise. If merchandise is shipped *FOB shipping point*, the buyer pays shipping charges over and above the price of the merchandise.

Close your letter on a cordial note.

Consider the following:

Dear Sir,

Thank you for your letter of May 25 along with the catalogue for computer hardware. Please send us the following goods by NVC Land Cargo Service.

Hard Disk (60 GB) 8 items

Ram (256 MB) 8 items

The consignment may please be packed in strong cases. The receipt and other documents may be sent through our bank from which you will receive the payment in cash. Please make sure to send the consignment before July 12.

Yours truly,

(signature)

K. Cliff

Acknowledging an order is a profitable practice though some organizations think such replies unnecessary. An acknowledgement should always be sent promptly. It can be sent in the form of a postal card, a special acknowledgement form, a duplicate invoice, or an individual letter.

When writing an acknowledgement letter use the following plan:

Thank/appreciate the customer

Restate the order to prevent any possible misunderstanding

Tell the customer that his order is being processed and will reach him within the given time frame

Express your pleasure in serving him.

However, in some situations an acknowledgement letter becomes a must. Some of these situations are listed below.

A customer's first order. Never miss the opportunity to make a positive impression on a new customer and encourage him or her to buy your products again.

Dear Mr. Evans,

We are pleased to have received your order of October 15 and would like to welcome you as our new customer.

Your order (№ 24355) for one dozen spark plugs is being processed and will be ready for shipment on October 20. It will be delivered to your workshop by our own van, and payment will be C.O.D. (our policy for all orders under 5000\$).

We are sure you will appreciate this item of our auto line.

Cordially,

...

An incomplete or unclear order

When information is missing in an order, it's important to ask the information you need to fill the order.

Dear Mr. Bell,

Thank you for your order of August 25 for 50 shirts of black Bonanza. We are eager to deliver the order 204 to your store as soon as possible.

But first, please let us know which collar size you'd like. These are made both in free size and different sizes: S, M, L, XL, XXL. Thus, one pack's contents can vary from 10 shirts of free size each to 10 shirts of S, M, L, XL, XXL sizes doubled. If you note your preference on the bottom of this letter and mail it back to us today, we can have your order ready by the beginning of the next week.

Yours sincerely,

...

A delayed/partial delivery

Sometimes a delayed delivery is caused by the seller, not the buyer – a delicate situation that requires a carefully written letter assuring the customer that everything is being done to speed delivery.

When a partial delivery is unavoidable, the customer must be informed that certain items have been back ordered.

Dear Mr. Abdullah,

Thank you for your recent order № 547. We are always especially delighted to serve an old friend.

Your 150 pairs of Chinese earrings (items 12c, 26e, 34g, 43a, 46d) and 120 Crystalstar necklaces (item 99b) have been shipped by VMS and should arrive at your boutique within the week.

Unfortunately, our stock of glass bangles (item 104g) has been depleted because of a delay in shipments from China. We have put your 100 bangles on back order and hope to have them on their way to your boutique before the end of the month.

Yours very truly,

...

Refusing an order

Sometimes orders must be refused. It may be the policy of your organization to sell only through dealers. Or the customer's account may be in an unsatisfactory condition for you to sell the products on credit. You can use the following plan for these letters.

Thank the customer for the order and repeat the details.

Give an explanation. In a positive way tell the customer why you cannot complete the order and stress what you can do instead. Offer your help to the customer by giving the name of the nearest dealer, explain credit terms, or offer an alternative solution.

Say "No". Be sure your refusal is clear.

End the letter on a positive note.

The following example illustrates how the writer suggests a substitute instead of an ordered, discontinued item.

Gentlemen,

Many thanks for your order of February 25 for Seabreeze window air conditioner. We would like to welcome you as our new customers. You can be sure that your decision to buy a Seabreeze was a decision to buy the best in the market.

Unfortunately, your order cannot be filled as the line has been discontinued. However, we offer you the latest line of split air conditioner. This latest model has several improvements and new features:

remote control

heavy duty compressor

noiseless

available in 3 sizes

three-year warranty

New customers are welcomed with both free delivery and installation.

Yours sincerely,

...

18. Read and translate the following sentences.

Placing an order.

- a. Please find enclosed our official order form No. 338A for fifty (50) Model B SIGMA compact disc players.
- b. This fax will confirm our order placed by telephone this morning with your representative, Janet Taylor, for 100 pocket thermometers Model F4.
- c. We hereby confirm our telephone order for 25 sets of your special Quartz Clock (see page six of your summer catalogue) at \$89.50 per clock, minus two percent cash discount.
- d. We would like to emphasize that this is a trial order. If the quality of your merchandise is up to sample, we expect to place substantial orders at regular intervals.
- e. We place this trial order on the clear understanding that delivery to our warehouse in San Diego, California, has to take place before May 30. Therefore, we reserve the right to cancel this order and refuse delivery after this date.
- f. You will find detailed instructions regarding marking and packing on the attached sheet.
- g. When packing, please wrap each part separately in soft material.

Acknowledging an order.

- a. Your order No. 8502 for 100 anti-theft auto locks is being processed and will be ready for shipment on October 13.
- b. Thank you for your order No. 00833, which has been completed and transported to the Port of LA, where it will be loaded onto the S.S. Denver. The freighter sails for Hamburg on April 11 and arrives on April 20.
- c. We are pleased to inform you that your order (GWRK/229) is being processed and will be dispatched by airfreight to Athens on July 2.
- d. Your order (No. 88Q) will be dispatched immediately upon receipt of your remittance of EUR 5,700.69 as per the attached pro-forma invoice.
- e. Thank you for your order (D-3302) for 1,000 panel alarm clocks. Unfortunately, this new product has been so popular that our stock has been temporarily depleted. However, in view of your urgent need, we are giving your order priority when a new shipment arrives at the end of this month.
- f. We are pleased to receive your Order No. A-9947 for 1,500 chain-saw sharpeners. However, we regret that we cannot supply these items immediately owing to a strike of truck drivers in Indiana.
- g. We are very sorry to have to advise you that we are unable to accept your order No8311 for 575 tricycles until further notice, because our manufacturing facilities in Thailand are fully occupied with long-term contract orders.

- h. We are unable to give you a firm date for delivery until the necessary documents are received.
- i. We hope that this initial order will lead to further business.
- j. We appreciate your business and look forward to serving you again soon.

19. Work in pairs. Choose one of the following situations and write an order letter as a client and an acknowledgement to it as a seller. Read your letters to the rest of the students. Listen to the other students' variants.

- **First order.** Mr. Marks, Sales Promotion Manager for Royal Furniture Manufacturing has just seen that Mr. Weinberg, owner of National Interiors, placed a dig order. This is Royal's first order from National Interiors, and Mr. Marks decides to write a special welcoming letter to Mr. Weinberg.

- **Delayed delivery.** The manufacturer of institutional uniforms received an order on March 10 from General Hospital for 50 uniforms. Fifteen days late, the hospital writes that the uniforms did not arrive. The uniforms were sent to another hospital by mistake. The manufacturer has to improve the situation and retain the hospital's goodwill.

- **Unexpectedly out of stock.** Jack Norman, a sales representative for White Star Publishers, has just visited Mr. Freeman's bookstore where the owner ordered 25 copies of *Business English*. When arriving at company headquarters, Mr. Norman found out that there were no copies left due to an unexpected purchase of the entire inventory by another bookstore. The Sales Manager of White Star Publishers, Bridget Lane, writes to Mr. Freeman and apologizes for Norman's unfulfilled promise of prompt delivery.

20. Cancelling an order is a common practice as well as placing it. Look at the following sample and write your own letter cancelling an order. Choose an appropriate reason.

Date

Name/Position

Business/Organization

Address

Dear (name),

We are sure you will understand that your very long delay in delivery puts our company in an embarrassing position. For that reason, we can see no alternative but to cancel our order № 12345 dated March 28. In addition, we will hold your company liable for all losses caused by this inexcusable delay.

Sincerely,

Signature

Name

21. Distance task. Think about why the following letter would run into trouble. Write a letter of acknowledgment to specify unclear details. Send it via e-mail to us.

Dear Sirs,

Please send me one of your weather vanes which I saw advertised on TV yesterday. I have recently repainted my garage, and a weather vane would be a wonderful finishing touch.

My cheque is enclosed.

Yours sincerely,

Jack Robinson

PART 2. SOLVING THE INTERACTION PROBLEM

03 EXPRESSING OPINION, DISAGREEING, INTERRUPTING.

Study the following material.

One of the basic interaction skills an economist should develop to communicate effectively is the ability to express his/her personal point of view concerning various professional aspects in different business situations.

To express your personal viewpoint you can use the following verbs: *mean; think; believe; suppose; understand; would like; know.*

E.g. *“I mean you could really cope with the task to work out a trade agreement...”*

“I think we’ve made an unsuccessful effort but I see there are no obstacles for us to try again.”

“I expect you to do that job... I know it’s difficult...”

“I’d like to help you. ... I understand why it’s so important ...”

You can also use the verb “**do**” to emphasize your opinion: *“I do believe that the only way for us is to nullify the contract.”*

The use of adverbs is also a useful tool to express your personal opinion. You can use such adverbs as *frankly, hopefully, really, just, perfectly, actually, absolutely, completely, exactly* to personalize your opinion or to prepare your interlocutor to hear something uncomfortable for him/her as in the case with the adverb *frankly*.

E.g. *“Frankly, Thomas, this question of your loan is beginning to worry me... Hopefully, you’ll not be obliged to sell your share in the company.”*

“Thanks for trying. I really appreciate it.”

“I absolutely agree with you. But I just want to remind you of the contract that specifies that a penalty must be paid if the work is not completed on time.”

“I perfectly understand the reasons ... but I really want to see some improvement.”

The use of adjectives as in the phrases *I’m afraid that..., it’s important that..., it’s obvious to me that...* can also help you to indicate that a statement is your personal viewpoint.

Finally, when choosing your words, it's also important to take into account your relationship to the person you are talking to, since this can affect the way your words are understood.

For example, if your boss says to you "*I'm afraid you'll have to work late tonight*", it could be understood as a polite instruction rather than an apology. But if you say to your boss "*I'm afraid I'll have to work late tonight*", it might be seen as an apologetic way of telling your boss that you haven't managed to finish your work for the day!

Sometimes it is necessary to express your opinion by indicating your agreement or disagreement with your interlocutor's point of view. You can express disagreement by using the phrases as *I'm afraid I disagree...*, *what I object to is...*, *unlike the speaker I think...*, *I really doubt whether...*etc.

It is quite obvious that people often have to take part in business meetings when they are at work. Inevitably, people will agree and disagree with one another during meetings. But in any case, it's important to be polite to people you disagree with. Most business meetings have an agenda – a list of items to be discussed at a formal meeting. It's usually up to the chairman to set the agenda, that is to decide what to talk about during the meeting.

There is a short list of phrases in the table below that you can use during a business meeting acting as a chairman.

If you have to interrupt your interlocutor for a certain reason, you should do it politely and at the right moment. Interrupting is often difficult in a foreign language, because when your opportunity comes you can't find the right words. You can use the following phrases: *Excuse me, could I interrupt you for a moment?* ; *Sorry to interrupt but I've got a question for you;* *Sorry to interrupt but I'd just like to say that...;* *By the way...* . You will need to use the phrases without any delay when inserting a comment or disagreeing with somebody's statement. Remember that the key to effective interruptions is the right mix of persistence and politeness.

There are some useful strategies you can effectively use to prevent your speech from being interrupted by your listeners. To be sure that no one will dare to interrupt you in the middle of your utterance you can follow the ways of expressing your opinion as in the following examples: *There are two problems I would like to point out. The first one ...* (no one will interrupt you until you finish your utterance.). *The first important thing in advertising is customers' attitude to the goods ...* (no one will interrupt you till you add one more "important thing" at least). *Although the contract has been signed, the quality of the goods leaves much to be desired...* (this example illustrates that you can use *although* when admitting a fact about something which you regard as less important than a contrasting fact. In this case, no one will probably interrupt you until you express your opinion concerning the quality of the goods.)

Here is a short list of phrases you can use to express your opinion, to agree/to disagree or to interrupt your interlocutor during a business meeting.

<p>Informing your colleagues about the items on the agenda/closing the meeting</p>	<p><i>Good morning (afternoon/evening) everybody, thanks for coming.../Today I'd like to say that.../We have 3 items on the agenda today.../Firstly... Secondly... And finally.../Though there are only 2 questions on the agenda today.../The meeting will not last for a long time, I suppose/Let's clear it up/It's beside the point.../Let's speak to the point/No digression, please. Let's discuss it in details, please/Let's take into account that.../There's no need to go into details/Any questions?/Are there any other questions to discuss before we finish?/Thank you for discussion.../I will e-mail the date of the next meeting.</i></p>
<p>Expressing your opinion</p>	<p><i>In my opinion... / To my mind .../ The way I see it.../ From my point of view... / It seems to me that.../ It's new to me but I agree with.../ I might be wrong but.../ As far as I'm concerned.../ I'm sure that.../ If I'm not mistaken.../ Personally, I think...</i></p>
<p>Expressing agreement, certainty, approval</p>	<p><i>Of course / That's all right / All right / Good/Certainly / Yes, certainly/It is true /Quite right / Exactly so / Quite so/It is really so/ You are quite right/ There is no doubt about it/I am sure of it / I agree on all points/I agree with you / I (We) quite agree with you/I fully agree with your point of view / I don't mind / I don't object / I have nothing against it/Very good! / Excellent!/ That's a good idea / That's fair enough/I'm glad of that / I'm glad to hear that.../We agree to your terms/ That suits me perfectly / You may be sure that...u can rely upon what I tell you / You may rely upon us/I'll surely do all I can I'll do my best /By all means / With (great) pleasure</i></p>
<p>Expressing disagreement</p>	<p><i>It is only partly true that... / That seems obvious, but.../It is not as simple as it seems/ Under certain circumstances.../ That's not always true/ The problem is that.../ I (very much) doubt whether.../ What I object to is.../ I am of a different opinion because.../ I'm afraid I disagree/ I don't think so/ Actually, I share the opposite views / I cannot share this / I cannot agree with this idea / Unlike the author I think.. / I really strongly disapprove... / I beg to differ.... / No, I'm not so sure about that/ I disagree with you / I don't agree with you.</i></p>
<p>Interrupting</p>	<p><i>Can I add something here? / If I might add something.../ Can I just ask you...? / Sorry to interrupt, but.../ You didn't let me finish / Don't interrupt, please.../ Sorry, go ahead / Sorry, you were saying...</i></p>

Follow-up activities

1. Why is it important for an economist to be able to express his/her opinion? Share your point of view with your fellow students.

2. What difficulties do you usually come across when expressing your opinion or disagreeing with somebody in a foreign language? Is it easier for you to express your opinion orally or in a written form? Why?

3. Do you like or dislike meetings? Why? Have you ever had to go to business meetings? Is it an easy or a difficult task to chair a business meeting? Why?

4. Make a list of reasons why it is sometimes necessary to interrupt somebody's speech.

5. Think about the corresponding equivalents of the phrases mentioned in the table above in your native language.

6. Work in a chain. After reading the following dialogue try and compose a possible ending of the dialogue comprising two remarks from each interlocutor at least. Finally, listen to the whole dialogue role-played by a group of three students.

George: Good afternoon. Thanks for coming. You have been already informed about the results of commercial talks I carried on yesterday, haven't you? I just want to hear your opinion about that.

Sarah: Well, it seems to me that the advantages prevail over risks. As far as I know, if we agree to buy 100 units every month for the next twelve months, they'll agree to a 10 per cent discount. If we sign the contract now, it'll give us the opportunity to...

Lillian: Sorry to interrupt, but, unfortunately, I can't say how many we'll need in three months and certainly not in twelve. We can't take the risk on such a large order now.

Sarah: You didn't let me finish...

Lillian: Sorry, go ahead, please.

Sarah: Partially, I agree that we must weigh the pros and cons. But I don't think we've got any choice.... There'll not be a better offer any more, I suppose. Besides, we must not reject the possibility to negotiate and make a bank loan to be able to...

Lillian: Could I just ask you how matters of your last loan stand at present?

Sarah: Don't interrupt, please!

George: Oh, let's discuss calmly. Frankly, Sarah, this question of your last loan is beginning to worry me... Hopefully, you'll not be obliged to sell your share in the company...

7. Work in small groups. Choose one of the following business situations and compose a dialogue in a written form using the phrases mentioned in the table above. Be ready to present the dialogue to the audience. Listen to your fellow students' dialogues.

a) Imagine that you are in the office discussing the current problems with your colleagues (you can choose any variants within the scope of your future profession). Compose and role-play the dialogue demonstrating your skills in expressing personal opinion, disagreeing, interrupting. Finally, try to reach compromise.

b) Imagine that you are the Head of the sales department. Ask your colleagues to meet together to discuss the current problems (you can choose any convenient variant). Listen to your colleagues' viewpoints and suggestions. Then join the discussion by thanking everybody and making the final decision.

c) Your company (choose any business you want) is going to launch a website. Discuss with the employees the advantages and perspectives for the company and the possible difficulties connected with the launching of the website.

d) Your office (choose any business you want) moves from one district to another. Discuss the problems connected with the removal (that is the transportation of furniture and equipment from one building to another). Discuss the best ways of informing your clients/customers/business partners about the new location of the office.

8. Interruption game. Work in small groups. Choose one student to speak for two minutes on a subject of his/ her choice within the scope of your future profession. Other students must interrupt him/her as many times as possible, using the phrases from the table above. Listen to the other teams' variants and choose the best one.

9. Try and role-play a meeting. First, spend a few minutes to decide what the subject of the meeting will be (within the scope of your future profession). Then choose one student to be the Chairman/Chairwoman: your task is to close the meeting as soon as possible. Other students should extend the meeting by bringing up lots of new items to be discussed. Keep the meeting going for as long as possible!

PART 3 BUSINESS ACROSS CULTURES

07 THE ECONOMY OF ASIA. THE PECULIARITIES OF INTERPERSONAL BUSINESS RELATIONSHIPS ACCEPTED THERE.

1. Read, answer the questions and do the suggested tasks.

Asia is the Earth's largest and most populous continent. It covers 8.7% of the Earth's total surface area and comprises 30% of its land area. With approximately 4.427 billion people, it hosts 60% of the world's current human population.

The boundaries of Asia are culturally determined, as there is no clear geographical separation between it and Europe, which together form one continuous landmass called Eurasia.

Asia varies greatly across and within its regions with regard to ethnic groups, cultures, environments, economics, historical ties and government systems.

Asia has the second largest nominal GDP of all continents, after Europe, but the largest when measured in purchasing power parity. As of 2011, the largest economies in Asia are China, Japan, India, South Korea and Indonesia.

In the late 1990s and early 2000s, the economies of the PRC and India have been growing rapidly, both with an average annual growth rate of more than 8%. Other high growing economies in Asia include Israel, Malaysia, Indonesia, Bangladesh, Pakistan, Thailand, Vietnam, Mongolia, Uzbekistan, Cyprus and the Philippines, and mineral-rich nations such as Kazakhstan, Turkmenistan, Iran, Brunei, the United Arab Emirates, Qatar, Kuwait, Saudi Arabia, Bahrain and Oman.

Asia is rich in natural resources, such as petroleum, forests, fish, water, rice, copper and silver. Manufacturing in Asia has traditionally been strongest in East and Southeast Asia, particularly in China, Taiwan, South Korea, Japan, India, the Philippines, and Singapore. Japan and South Korea continue to dominate in the area of multinational corporations, but increasingly the PRC and India are making significant inroads. Many companies from Europe, North America, South Korea and Japan have operations in Asia's developing countries to take advantage of their abundant supply of cheap labour and relatively developed infrastructure.

2. Speak about Asia as the Earth's largest continent.

3. Name the largest economies in Asia, as of 2011.

4. What are the other high growing economies in Asia now?

5. What natural resources is Asia rich in?

6. What are the advantages of Asia's developing countries in terms of doing business there?

7. Read about the economy of China and some peculiarities of business communication accepted there.

China, officially the People's Republic of China (PRC), is a sovereign state located in East Asia. It is the world's most populous country, with a population of over 1.35 billion. The PRC is a single-party state governed by the Communist Party, with its seat of government in the capital city of Beijing. It exercises jurisdiction over 22 provinces, five autonomous regions, four direct-controlled municipalities (Beijing, Tianjin, Shanghai, and Chongqing), and two mostly self-governing special administrative regions (Hong Kong and Macau). The PRC also claims the territories governed by the Republic of China (ROC), a political entity commonly known as Taiwan today, as a part of its territory.

Covering approximately 9.6 million square kilometers, China is the world's second-largest country by land area.

The history of China goes back to the ancient civilization – one of the world's earliest – that flourished in the fertile basin of the Yellow River in the North China Plain. For millennia, China's political system was based on hereditary monarchies, known as dynasties, beginning with the semi-mythological Xia of the Yellow River basin (c. 2000

BCE). Since 221 BCE, when the Qin Dynasty first conquered several states to form a Chinese empire, the country has expanded, fractured and been reformed numerous times. The Republic of China (ROC) overthrew the last dynasty in 1911, and ruled the Chinese mainland until 1949. After the defeat of the Empire of Japan in World War II, the Communist Party defeated the nationalist Kuomintang in mainland China and on October 1st, 1949, Communist Party (Chairman Mao Zedong) proclaimed the establishment of the People's Republic of China, while the Kuomintang relocated the ROC government to its present capital of Taipei.

China had the largest and most complex economy in the world for most of the past two thousand years, during which it has seen cycles of prosperity and decline. Since the introduction of economic reforms in 1978, China has become one of the world's fastest-growing major economies. Now it is the world's second-largest economy by both nominal total GDP and purchasing power parity (PPP), and is also the world's largest exporter and importer of goods.

China is a recognized nuclear weapons state and has the world's largest standing army, with the second-largest defence budget. The PRC has been a United Nations member since 1971, when it replaced the ROC as a permanent member of the U.N. Security Council. China is also a member of numerous formal and informal multilateral organizations, including the WTO, APEC, BRICS, the Shanghai Cooperation Organization and the G-20.

In 2004, China proposed an entirely new East Asia Summit (EAS) framework as a forum for regional security issues. The EAS, which includes ASEAN Plus Three, India, Australia and New Zealand, held its inaugural summit in 2005. China is also a founding member of the Shanghai Cooperation Organization (SCO), along with Russia and the Central Asian republics. China became a member of the World Trade Organization (WTO) on 11 December 2001.

The PRC has diplomatic relations with 171 countries and maintains embassies in 162. Much of current Chinese foreign policy is reportedly based on Premier Zhou Enlai's Five Principles of Peaceful Coexistence (mutual respect for each other's territorial integrity and sovereignty; mutual non-aggression; mutual non-interference in each other's internal affairs; equality and cooperation for mutual benefit; peaceful co-existence), and is also driven by the concept of "harmony without uniformity", which encourages diplomatic relations between states despite ideological differences. China has a close economic and military relationship with Russia, and the two states often vote in unison in the UN Security Council.

From its founding in 1949 until late 1978, the People's Republic of China was a Soviet-style centrally planned economy. Following Mao's death in 1976 and the consequent end of the Cultural Revolution, Deng Xiaoping and the new Chinese leadership began to reform the economy and move towards a more market-oriented mixed economy under one-party rule. Agricultural collectivization was dismantled and farmlands privatized, while foreign trade became a major new focus, leading to the creation of Special Economic Zones (SEZs). Modern-day China is mainly characterized as having a market economy based on private property ownership, and is one of the leading examples of state capitalism. The state still dominates in strategic "pillar" sectors such as energy

production and heavy industries, but private enterprise has expanded enormously, with around 30 million private businesses recorded in 2008.

Since economic liberalization began in 1978, China has been among the world's fastest-growing economies, relying largely on investment- and export-led growth. According to the IMF, China's annual average GDP growth between 2001 and 2010 was 10.5%. Between 2007 and 2011, China's economic growth rate was equivalent to all of the G7 countries' growth combined. Now China is a global leader in manufacturing. However, its economy is highly energy-intensive and inefficient: in 2010 China became the world's largest energy consumer.

The renminbi ("people's currency") is the currency of China, denominated as the yuan, subdivided into 10 jiao or 100 fen. The renminbi is issued by the People's Bank of China, the monetary authority of China. The ISO abbreviation is CNY, although also commonly abbreviated as "RMB". The Latinized symbol is ¥.

In November 2010, Russia began to use the Chinese renminbi in its bilateral trade with China. This was soon followed by Japan, Australia, Singapore, the United Kingdom, and Canada. As a result of the rapid internationalization of the renminbi, it is one of the most-traded currencies in the world now.

Now China's socialist market economy is the world's second largest economy by nominal GDP, and the world's largest economy by purchasing power parity. It is the world's fastest-growing major economy, with growth rates averaging 10% over the past 30 years.

China is a global hub for manufacturing, and is the largest manufacturing economy in the world as well as the largest exporter of goods in the world. China is also the world's fastest growing consumer market and second largest importer of goods.

China is the largest trading nation in the world and plays a vital role in international trade.

China, economically frail before 1978, has again become one of the world's major economic powers with the greatest potential.

China adopts the "five-year-plan" strategy for economic development. The Twelfth Five-Year Plan (2011–2015) is currently being implemented.

Major industries in China include mining and ore processing; iron and steel; aluminium; coal; machinery; armaments; textiles and apparel; petroleum; cement; chemicals; fertilizers; food processing; automobiles and other transportation equipment including rail cars and locomotives, ships, and aircraft; consumer products including footwear, toys, and electronics; telecommunications and information technology. China has become a preferred destination for the relocation of global manufacturing facilities. Its strength as an export platform has contributed to incomes and employment in China.

International trade makes up a sizeable portion of China's overall economy.

China's imports consist of industrial supplies and capital goods, notably machinery and high-technology equipment, the majority of which comes from the developed countries, primarily Japan and the United States, and also energy sources, such as crude oil, from Russia. Regionally, almost half of China's imports come from East and Southeast Asia, and about one-fourth of China's exports go to the same destinations. About 80% of

China's exports consist of manufactured goods, most of which are textiles and electronic equipment, with agricultural products and chemicals constituting the remainder.

A key organizing principle in Chinese society is Confucianism, the code established in the 6th century BC by a philosopher Confucius who regarded family as the basic unit of society, and praised the virtues of hierarchy.

Daoism is another outstanding movement in China: it lays down a system of natural justice first put forward by Lao Tse in 570 BC.

For centuries, China's civilization was more advanced in the arts and sciences compared with the West, so it's not surprising that its people continue to believe in their superiority, despite the social and military problems that afflicted the country in the 19th and early 20th centuries. The Chinese stick to professional ethics, Confucian principles, the power of the family and sincerity. They appreciate patience, soft-spokenness, adaptability, humility and perseverance. They disapprove impulsiveness or anger, and they also dislike immodesty, disrespect towards elders and extravagance.

Reciprocity is an important principle in Chinese society (if you receive something, you should give something back). This is called "guanxi" – gratitude for favours.

Duty, self-sacrifice, sincerity, gentleness and wisdom are other traits valued by the Chinese. They consider that relationships are more important than tasks. Chinese business is based on the development of good personal relationships, from which the business will grow. They are still formal and quite ritualistic in business behaviour. The Chinese are punctual at work and for social engagements, that is why cancellation or lateness may be regarded as insulting unless good reasons are given. They are quite reserved, and separate emotions from business.

Introductions in China are courteous and formal guided by the highest-ranking member of a team. You might be greeted by applause from your hosts, in this case a polite response is to applaud back. The Chinese are sensitive to titles, so use them whenever possible (e.g. Director, Engineer). Don't address a Chinese person with the word "comrade" as it is a privilege reserved for Communist Party members. If you don't know a person's title, use Mr, Mrs or Miss until you're advised otherwise. In China the surname comes first and the given names second. E.g. Mao Zedong was known as Chairman Mao, not Chairman Tsedong. Avoid calling a Chinese person by his given name unless asked to do so.

The Chinese don't use gestures and strong facial expressions, and are not tactile. They appreciate conservative suits and ties, and dislike loud colours. Women tend to wear high-necked blouses and low heels.

Interpreters are often used in discussions, but never make the mistake of addressing the interpreter and not the boss. In discussions with the Chinese, check whether they're talking about today, tomorrow or several generations in the past or future. This is because they do not use verb tenses to differentiate between the past, present and future. Time is indicated by the context of the sentence or by specific references.

Don't show impatience or anger: this is seen as a serious character imperfection.

Office hours are usually from 9am to 5pm with a half day on Saturday, although a five-day working week is becoming more common. The break time is between noon and 2

pm. Many offices are closed in the week before and after the Chinese New Year, which date varies from late January to mid-February.

Agendas are followed to in China, but expect slow, repetitious dealings: patience is essential. The Chinese like to establish general principles before moving to detailed discussion.

The Chinese rarely say “no” – they hint at difficulties instead. Don’t assume that silence means acceptance, and avoid asking personal opinions.

Be aware that “Yes” in China means “I hear you” and not “I agree.” A Chinese may also say “yes” where Europeans would say “no”. E.g. “Is it ready?” Englishman: “No, it isn’t.” Chinese: “Yes, it isn’t.” A laugh or smile doesn’t express satisfaction – it may signal nervousness, stress or embarrassment. You should use few gestures, avoid touching, arm-grabbing and backslapping. Practice soft handshakes and moderate eye contact.

Chinese teams are groups of specialists working under a leader, who may not himself be a specialist but will have links to the head of the company.

Show respect to him and refer issues to him first of all. Any one-to-one contact between members of your team and the Chinese should be authorized by the team leader first.

The Chinese like to experience harmony and consultation. There is a strict hierarchy and a clear chain of command in Chinese businesses. The working pace tends to be slow and methodological – decisions are made slowly in China, but will have a long-term effect.

If there is disagreement, manage the problem in private, and always use an impersonal approach like “Our partner was disappointed that the deadline was missed,” not, “You missed a deadline and now our partner is angry.” Stress harmony: “Yesterday we won four new clients,” not, “Yesterday I negotiated deals with four new clients.”

The position of women in Chinese society has improved considerably since the establishment of Communism in 1949, but they still hold only a few senior positions in government and business. Women visitors to China receive however special respect. It’s important for a visiting woman to establish her certificates and competence.

The principle of respect in China means that women may be polite to senior men, nevertheless Chinese women have considerable authority at home, in politics and in commerce.

The Chinese tend to get up early and go to bed early, so expect to eat lunch around noon and dinner at about 6pm. Hospitality is an important tradition in China, and sharing the bill is unknown. You must reciprocate, however. Tea is always served in mugs with lids: never refuse. If you are honoured with a banquet start by eating lightly – there may be a dozen courses. There will be no dessert, but fresh fruit might be served. Rice at the end of a meal is intended as a filler. Practice in using chopsticks is quite a good idea before visiting China unless you are accustomed to that. Traditionally, the host will sit opposite the door, the honoured guest to his right. Speeches and toasts like “Ganbei!” – the equivalent to “Cheers!” will happen. It is important to reciprocate with a return banquet if you have time during your visit.

Gifts are important, as well as wrapping. Good gifts are company pens, ashtrays, paperweights, books, calendars. Avoid giving flowers, chocolates and especially knives or

clocks symbolizing death or the end of a relationship. Money should be given in even numbers. Offer or take a gift with both hands, put it aside and open it after the meeting.

Gold and red are good colours, while black, white or blue are associated with funerals.

8. Answer the questions.

- What is China's official name?
- How many people live in China now?
- What is the capital of China?
- China is a member of numerous international organizations. Name them.
- What are the five principles of peaceful coexistence that predetermine China's foreign policy now?
- When did economic liberalization begin in China?
- What is China's national currency?
- What are major industries in China?
- Characterize China's international trade.

9. Look at the following ways of behaviour a foreigner can use when in China. Divide them into two groups: ways to succeed and ways to fail.

Expecting quick results; Showing respect to senior people and older people; Losing your temper or getting impatient; Ignoring Chinese social etiquette, especially at mealtimes; Asking about the 2008 Olympics in Beijing; Discussing the one-child policy, accepted in 1979; Admiring China's economic boom; Regarding Taiwan as an independent state; Stating that more and more schools in Europe are teaching Mandarin to their pupils; Using gestures and strong facial expressions; Discussing foreign and domestic policy of the Communist Party; Interrupting your interlocutor during a business meeting.

10. Make a short report on one of the following topics. Present it to the rest of the students to make notes.

- Ancient Chinese discoveries and inventions (papermaking, printing, compass, gunpowder, the first use of negative numbers)
- The Chinese space program
- Transport in China
- The 2008 Summer Olympics in Beijing
- Tourism in China

11. Read about India and the peculiarities of business communication accepted there. Answer the questions and do the suggested tasks.

India, officially the Republic of India is a country in South Asia. It is the seventh-largest country by area, the second-most populous country with over 1.2 billion people, and the most populous democracy in the world. Bounded by the Indian Ocean on the south, the Arabian Sea on the south-west, and the Bay of Bengal on the south-east, it shares land borders with Pakistan to the west; China, Nepal, and Bhutan to the north-east; and Burma and Bangladesh to the east. In the Indian Ocean, India is in the vicinity of Sri Lanka and the Maldives; in addition, India's Andaman and Nicobar Islands share a maritime border with Thailand and Indonesia.

New Delhi is the capital of India and the seat of the executive, legislative, and judiciary branches of its Government. With a population of 22 million in 2011, the Delhi metropolitan region is the world's fifth most populous, the largest in India and also one of the largest in the world in terms of area. After Mumbai it is also the wealthiest city in India, and has the 2nd highest GDP of any city in South, West or Central Asia.

The Indian economy is the world's tenth-largest by nominal GDP and third-largest by purchasing power parity (PPP). Following market-based economic reforms in 1991, India became one of the fastest-growing major economies. However, it continues to face the challenges of poverty, corruption, malnutrition, inadequate public healthcare, and terrorism. A nuclear weapons state and a regional power, it has the third-largest standing army in the world and ranks ninth in military expenditure among nations. India is a federal constitutional republic governed under a parliamentary system consisting of 29 states and 7 union territories. India is a pluralistic, multilingual, and a multi-ethnic society. It is also home to a diversity of wildlife in a variety of protected habitats.

India is the world's most populous democracy. A parliamentary republic with a multi-party system, it has six recognized national parties, including the Indian National Congress and the Bharatiya Janata Party (BJP – translated as Indian People's Party), and more than 40 regional parties.

Federalism in India defines the power distribution between the federal government and the states. The Constitution of India, which came into effect on 26 January 1950, states in its preamble that India is a sovereign, socialist, secular, democratic republic. India's form of government, traditionally described as "quasi-federal" with a strong centre and weak states, has grown increasingly federal since the late 1990s as a result of political, economic, and social changes.

Gradually annexed by and brought under the administration of the British East India Company from the early 18th century and administered directly by the United Kingdom from the mid-19th century, India became an independent nation in 1947 after a struggle for independence that was marked by non-violent resistance led by Mahatma Gandhi. Since its independence in 1947, India has maintained diplomatic relations with most nations. In the 1950s, it strongly supported decolonization in Africa and Asia and played a lead role in the Non-Aligned Movement.

The country now is one of the G-20 major economies, a member of BRICS and a developing economy that is among the top 20 global traders according to the WTO.

The combination of protectionist, import-substitution, and social democratic-inspired policies governed India for some time after the end of British occupation. The economy was then characterized by extensive regulation, protectionism, public ownership

of large monopolies, and slow growth. Since 1991, continuing economic liberalization has moved the country towards a market-based economy.

Historically, India has classified and developed its economy and GDP as three sectors – agriculture, industry and services.

Agriculture includes crops, horticulture, milk and animal husbandry, aquaculture, fishing, sericulture, aviculture, forestry and related activities.

Industry includes various manufacturing sub-sectors.

India's services sector includes its construction, retail, software, IT, communications, hospitality, infrastructure operations, education, health care, banking and insurance, and many other economic activities.

India ranks second worldwide in farm output. Agriculture and allied sectors like forestry, logging and fishing accounted for 17% of the GDP and employed 51% of the total workforce in 2011. As Indian economy has diversified and grown, agriculture's contribution to GDP has steadily declined from 1951 to 2011, yet it is still the largest employment source and a significant piece of the overall socio-economic development of India.

Industry accounts for 26% of GDP and employs 22% of the total workforce.

The Indian industrial sector underwent significant changes as a result of the economic liberalization in India economic reforms of 1991, which removed import restrictions, brought in foreign competition, and led to the privatization of certain government owned public sector industries.

The Indian pharmaceutical industry has grown in recent years to become a major manufacturer of health care products to the world. India produced about 8% of global pharmaceutical supply in 2011 by value, that included over 60,000 generic brands of medicines sold around the world. It is one of the fastest-growing sub-sectors of its industry and significant contributor of India's export earnings. The state of Gujarat has become a hub for the manufacture and export of pharmaceuticals and APIs

Engineering industry of India is the largest sub-sector of its industry GDP. It includes transport equipment, machine tools, capital goods, transformers, switchgears, furnaces, automobiles and railways. The industry employs about four million workers.

The engineering industry of India includes its growing car, motorcycle and scooters industry, as well as productivity machinery such as tractors. India manufactured and assembled about 18 million passenger and utility vehicles in 2011, of which 2.3 million were exported.

Gems and jewelry industry is an ancient and sector of Indian economy. India is one of the world's largest diamonds and gem polishing and jewelry manufacturing center; it is also one of the two largest consumers of gold. After crude oil and petroleum products, the export and import of gold, precious metals, precious stones, gems and jewelry accounts for the largest portion of India's global trade.

Textile industry contributes about 4 per cent to the country's GDP, 14% of the industrial production, and 17% to export earnings. India's textile industry has transformed from a declining sector to a rapidly developing one in recent years. After freeing the industry in 2004–2005 from a number of limitations, primarily financial, the government gave a green light to massive investment inflows – both domestic and foreign. During the

period from 2004 to 2008, total investment into textile sector increased by 27 billion dollars. India's cotton farms, fiber and textile industry provides employment to 45 million people in India, including some child labour (1%). The sector is estimated to employ around 400,000 children under the age of 18.

India's infrastructure and transport sector contributes about 5% of its GDP. India has the world's second largest road network in quantitative terms, covering more than 4.3 million kilometers. Qualitatively, India's roads are a mix of modern highways and narrow, unpaved roads. Indian Railways is the fourth largest rail network in the world, with a track length of 114,500 kilometers and 7,172 stations.

Retail industry contributes between 14–15% to 20% of India's GDP.

The Indian retail market is estimated to be US\$450 billion and one of the top five retail markets in the world by economic value. India is one of the fastest-growing retail markets in the world, and is projected to reach \$1.3 trillion by 2020.

International and domestic tourism industry contributes more to India's GDP than its textile sector. The USA, EU and Japan are the largest sources of international tourists to India.

Until the liberalization of 1991, India was largely and intentionally isolated from the world markets, to protect its economy and to achieve self-reliance.

Since liberalization, the value of India's international trade has increased sharply, with the contribution of total trade in goods and services to the GDP rising from 16% in 1990–91 to 47% in 2008–10. India's major trading partners are the European Union, China, the United States of America and the United Arab Emirates. In 2006–07, major export commodities included engineering goods, petroleum products, chemicals and pharmaceuticals, gems and jewellery, textiles and garments, agricultural products, iron ore and other minerals. Major import commodities included crude oil and related products, machinery, electronic goods, gold and silver.

Despite impressive economic growth, India continues to face socio-economic challenges. India contains the largest concentration of people living below the World Bank's international poverty line of US\$1.25 per day, the proportion having decreased from 60% in 1981 to 42% in 2005, and 25% in 2011. About 30.7% of India's children under the age of five are underweight due to malnutrition.

The Indian rupee is the only legal tender in India, and is also accepted as legal tender in the neighbouring Nepal and Bhutan.

India is a relationship-oriented business culture with the importance of the family being one of the basic values of the society. Indians appreciate a family atmosphere at work, too, so it'll be good to learn the names of your partners (a sign that you aren't indifferent). You can expect a lot of personal questions, and Indians, in their turn, are ready to answer yours.

There are many religions in India, and Indians are willing to observe the traditions of different religions they belong to. For instance, Hindus reject beef and idolize the cow, Muslims will not eat pork or ham, and followers of Jain eat no root vegetables, such as onions, garlic and potatoes, and most Indians follow a mainly vegetarian diet with meat eaten occasionally. They also believe in karma and fatalism. Hindus belong to whatever caste they are born into, having no right to move up the caste ladder by obtaining a better

position or privilege. About 14% of Hindus are below the bottom rung of the caste ladder, being known as untouchables (harijans or dalits).

Indians appreciate the profit motive in business, as well as creativity, and the importance of seeking compromises that will benefit all parties. They respect authority and are unwilling to contradict a manager – even if he is wrong. The environment in Indian business is therefore more formal, more relationship-based, and flexible in its treatment of time.

Regular contact by phone and email are desirable as well as frequent personal visits. This is an indirect culture with a considerable ambiguity in conversations – Indians may say what they think you want to hear rather than objective truths. Avoid expressing disagreement directly or saying direct “no” which is regarded as rude. Try to use evasive refusals like “I’ll try; I’ll think it over; It’s a difficult thing to discuss...” instead.

Politeness and praise are important for Indians, and they often use ‘we’ rather than ‘I’.

As to body language it is expressive and plays important role in communication – but don’t be confused by the nodding of heads when people are listening to you. It means, “We are paying attention”, not “We agree with you.”

The overall business process in India is quite time consuming and demands patience and tolerance.

Respect for education and formality means that Indians use titles and surnames when they first meet you. Don’t use first names unless you are asked to, although the younger generation gets on first-name terms much faster. Don’t offer to shake hands unless your Indian counterpart does. Women in India don’t normally shake hands. In most cases they prefer a graceful namaskar gesture – a traditional Indian greeting, made by bringing the palms together before the face or chest and bowing. But Westernized women will sometimes offer their hand.

Agendas are not strictly followed. They may say what they want to achieve in general terms but the details may take time to emerge. Indians are usually flexible, patient negotiators, and they often use personalized and sometimes emotional arguments. They are usually willing to compromise, especially in the interests of forming good long-term relations.

Indians often feel happier working together on tasks that Europeans would normally do on their own. A team is usually headed by a charismatic leader, who will often have family or trade group connections, and these may influence his decisions. Team members are usually selected on the grounds of seniority, experience and education. Decisions are reached by consultation, and team members will expect to see their viewpoint reflected in the outcome. The overall working pace tends to be slow.

Indian companies operate a top-down system of management and all major decisions will be taken at the top of the company, so make your approaches at this level.

Indians are emotional and willing to compromise that is why persistent persuasion and appeals to emotion are often more successful than hard logic or fact.

Women can occupy senior positions in business and administration in India. However, Indians generally are not accustomed to women in authority and may feel awkward dealing with senior foreign women.

Indians are sociable, friendly people – refusing a refreshment offer is insulting to them. There is a custom to decline the first offer, on modesty grounds – to accept immediately signifies impoliteness and poor breeding, but you should accept the second or third. Remember this when inviting somebody to business lunch or giving a present. By the way, business lunches are preferred to dinners. Most Indian meals are vegetarian, Indians eat meat occasionally, but remember that Hindus do not eat beef and Muslims do not eat pork. People drink water (only from sealed bottles), soft drinks or beer. Evening entertaining is quite often done at home: if you are invited, arrive 15 to 30 minutes late.

Gift-giving is common, so if you receive one, don't open it immediately. Good gifts are Chocolates, flowers (except of frangipani – associated with funerals); leather products should be avoided, as well as dog and pig toys or pictures as they are unclean to Muslims. Green, red and yellow are seen as lucky colours, as opposed to black and white. Traditionally the head and the ears are viewed as sacred and the feet as dirty, so don't point your feet or touch someone with your shoes.

12. Answer the questions.

- What is India's official name?
- How many people live in India now?
- What is the capital of India?
- Speak about the main social problems India faces today.
- What is India's national currency?
- What are major industries in India?
- Characterize India's export potential.

13. Look at the following ways of behaviour a foreigner can use when doing business in India. Divide them into two groups: ways to succeed and ways to fail.

Acquiring basic knowledge of India's religions and dietary customs; Emphasizing social inequality and caste system in India; Asking about your Indian business partner's family, describing yours; Stressing you can't understand something due to your interlocutor's Indian accent; Being more relaxed about time and schedules; Wearing leather jackets, leather belts; Avoiding pictures of pigs and dogs on T-shirts; Questioning or challenging people senior to you; Giving presents or passing something with your left hand.

14. Make a short report on one of the following topics. Present it to your fellow students.

- The Indian film industry
- India's mineral resources
- Agriculture in India
- Child labour in India
- India's pre-colonial and colonial periods
- Religions and castes in India

15. Read about Turkey and some peculiarities of business communication accepted there.

Turkey, officially the Republic of Turkey, is a contiguous transcontinental parliamentary republic largely located in Western Asia with the smaller portion of Eastern Thrace in Southeastern Europe. Turkey is bordered by eight countries: Bulgaria, Greece, Georgia, Armenia, Iran, Azerbaijan, Iraq and Syria. The Mediterranean Sea is to the south; the Aegean Sea to the west; and the Black Sea to the north. Turkey's location at the crossroads of Europe and Asia makes it a country of significant geostrategic importance.

Turkey is a parliamentary representative democracy with its capital in Ankara. Since its foundation as a republic in 1923, Turkey has developed a strong tradition of secularism. Turkey's constitution governs the legal framework of the country. It sets out the main principles of government and establishes Turkey as a unitary centralized state.

Thus, Turkey has a unitary structure in terms of administration and this aspect is one of the most important factors shaping the Turkish public administration. When three powers (executive, legislature and judiciary) are taken into account as the main functions of the state, local administrations do not have almost any power.

Turkey is subdivided into 81 provinces for administrative purposes.

The President of the Republic is the head of state and is elected for a five-year term.

Executive power is exercised by the Prime Minister and the Council of Ministers which make up the government, while the legislative power is vested in the unicameral parliament, the Grand National Assembly of Turkey.

Human rights in Turkey have been the subject of some controversy and international condemnation. Between 1998 and 2008 the European Court of Human Rights made more than 1,600 judgements against Turkey for human rights violations, particularly regarding the right to life, and freedom from torture. Other issues, such as Kurdish rights, women's rights, and press freedom, have also attracted controversy. Turkey's human rights record continues to be a significant obstacle to future membership of the EU.

However, Turkey has a legal system which has been wholly integrated with the system of continental Europe. For instance, the Turkish Civil Law has been modified by incorporating elements mainly of the Swiss Civil Code, the Code of Obligations and the German Commercial Code. The Administrative Law bears similarities with its French counterpart, and the Penal Code with its Italian counterpart.

Turkey is a founding member of the United Nations (1945), the Organization for Economic Cooperation and Development (OECD, 1961), the Organization of the Islamic Conference (OIC, 1969), the Organization for Security and Cooperation in Europe (OSCE, 1973), the Economic Cooperation Organization (ECO, 1985), and the G-20 major economies (1999). Since December 31, 1995, Turkey is a part of the EU Customs Union and has taken advantage of the opportunity to increase industrial production for exports, while benefiting from EU-origin foreign investment into the country.

Turkey is a secular state with no official state religion. The Turkish Constitution provides for freedom of religion and conscience.

Islam, however, is the dominant religion of Turkey with about 95% of the population being registered as Muslim.

There are also more than 120,000 people of different Christian denominations, including Oriental Orthodox, Roman Catholics, Greek Orthodox and Protestants.

Now the economy of Turkey is defined as an emerging market economy. Turkey is also defined by economists and politicians as one of the world's newly industrialized countries.

The country is among the world's leading producers of agricultural products; textiles; motor vehicles, ships and other transportation equipment; construction materials; consumer electronics and home appliances.

In recent years, Turkey had a rapidly growing private sector, yet the state still plays a major role in industry, banking, transport, and communications.

Turkey has the world's 17th largest nominal GDP, and 15th largest GDP by PPP. Turkey has been self-sufficient in food production since the 1980s. The country's agricultural sector accounted for 29.5% of the employment in 2009.

Turkish brands like Beko and Vestel are among the largest producers of consumer electronics and home appliances in Europe.

Turkey's Vestel is the largest TV producer in Europe, accounting for a quarter of all TV sets manufactured and sold on the continent in 2006. By January 2005, Vestel and its rival Turkish electronics and Beko accounted for more than half of all TV sets manufactured in Europe.

Turkish companies made clothing exports worth \$13.98 billion in 2006; more than \$10.67 billion of which (76.33%) were made to the EU member states.

The automotive industry is an important part of the economy since the late 1960s. The companies that operate in the sector are mainly located in the Marmara Region. Turkish automotive companies like TEMSA, Otokar and BMC are among the world's largest van, bus and truck manufacturers.

In 2008 Turkey produced 1,147,110 motor vehicles, ranking as the 6th largest producer in Europe (behind the United Kingdom and above Italy) and the 15th largest producer in the world.

Multiple unit trains, locomotives and wagons are also produced in Turkey, including high-speed models.

Turkey is one of the world's leading shipbuilding nations; in 2007 Turkish shipyards ranked 4th in the world (behind China, South Korea and Japan) in terms of the number of ordered ships, and also 4th in the world (behind Italy, USA and Canada) in terms of the number of ordered mega yachts.

Turkey has many modern armament manufacturers ranks 8th in the list of countries by steel production.

Turkish Airlines, flag carrier of Turkey since 1933, was selected by Skytrax as Europe's best in 2011 and 2012.

As of 2009, there were 102 airports in Turkey, including the eight international airports in Istanbul, Ankara, İzmir, Trabzon, Dalaman, Milas-Bodrum and Antalya.

Tourism is one of the most dynamic and fastest developing sectors in Turkey. According to travel agencies TUI AG and Thomas Cook, 11 of the 100 best hotels of the world are located in Turkey. Over the years, Turkey has emerged as a popular tourist

destination for many Europeans, competing with Greece, Italy and Spain. Resorts in provinces such as Antalya and Muğla have become very popular among tourists.

The Central Bank of the Republic of Turkey was founded in 1930, as a privileged joint-stock company. All foreign exchange transfers are exclusively handled by the central bank. The Turkish lira is the currency of Turkey and is subdivided into 100 kurus.

Turkey is a relationship-focused culture so be ready to spend some time making a small talk before getting down to business as well as to deal with a certain amount of polite indirectness. This also implies the necessity to maintain good eye contact during business meetings that indicates interest and sincerity while weak eye contact signals dishonesty to many Turks. As in most Mediterranean countries, the Turks usually stand close to other people, as opposed to North Europeans, North Americans and East Asians. During business meetings, try to keep both your feet on the floor, to be on the safe side. This will prevent you from directing the sole of your shoe towards someone that is regarded as rude in Turkey. There is a number of other taboos including touching older people (who should be treated with great respect), passing something with your left (unclean) hand, standing with your hands on hips or with your arms crossed, as well as pointing at people with your index finger.

Turks are usually punctual for meetings though sometimes a 15 minutes delay is acceptable. Start every meeting, either business or social, with a firm but not crushing handshake, beginning with the older people present. It is important to break the ice before starting to discuss business. Good topics for conversation are food, monuments, travel, sports and family. Avoid politics in general.

Turks are friendly, hospitable people as well as enthusiastic bargainers, expecting considerable concessions granted by the other party. It'll be probably wise to include some margin into your opening offer that will give you some "space" to move during the negotiation process.

In Turkey, as in other regions of the Middle East, negotiations are usually time-consuming but trying to speed up the process will scarcely lead to success.

16. Answer the questions.

- What is Turkey's official name?
- What is the capital of Turkey?
- Name the international organizations Turkey is participating as a member.
- What is the dominant religion of Turkey?
- What is the national currency of Turkey?
- What are major economic sectors of Turkey?
- Characterize the export potential of Turkey.

17. Look at the following ways of behaviour one can use when doing business in Turkey. Divide them into two groups: ways to succeed and ways to fail.

Maintaining good eye contact during business meetings; When seated, directing the sole of your shoe towards someone; Praising Turkish sweets, e.g. baklava; Pointing at people

with the index finger; Expecting a good deal of small talk before getting down to business; Raising political questions, including such topics as the Kurdish issue, the European Union, Cyprus, Bosnia, the Ottoman Empire in World War I, the genocide of Armenians in 1915; Taking liberties with older people; Accepting your partners' offer of tea or coffee, inviting your counterparts for lunch or dinner; Standing with hands on hips or with your arms crossed when speaking with someone face to face; Trying to accelerate the negotiation process; Removing your shoes before entering a mosque as well as many Turkish homes.

18. Make a report on one of the following topics.

- Turkey's trade relations with the neighbouring countries.
- Socio-economic problems in Turkey today.
- Tourism industry in Turkey.
- Other industries in Turkey today.

19. Consult the Internet or other resources to know the capital cities and currencies of the following Asian countries. Fill in the table.

(Ілюструємо заповнений зразок таблиці.)

Country	Capital	Currency
the Republic of Armenia	Yerevan	Dram
the Republic of Azerbaijan	Baku	Manat
the Kingdom of Bahrain	Manama	Bahraini dinar
the People's Republic of China	Beijing	Renminbi (Yuan)
Georgia	Tbilisi	Lari
the Republic of India	New Delhi	Indian rupee
the Republic of Indonesia	Jakarta	Rupiah
the Islamic Republic of Iran	Tehran	Rial
the Republic of Iraq	Baghdad	Dinar
the State of Israel	Jerusalem	New shekel
the State of Japan	Tokyo	Yen
the Republic of Kazakhstan	Astana	Tenge
the State of Kuwait	Kuwait City	Dinar
the Kyrgyz Republic	Bishkek	Som
Malaysia	Kuala Lumpur	Ringgit
Mongolia	Ulan Bator	Tugrik
the Federal Democratic Republic of Nepal	Kathmandu	Nepalese rupee
North Korea (the Democratic People's Republic of Korea)	Pyongyang	North Korean won
the Sultanate of Oman	Muscat	Rial
the State of Qatar	Doha	Qatari riyal

the Russian Federation	Moscow	Rouble
the Kingdom of Saudi Arabia	Riyadh	Saudi riyal
the Republic of Singapore	Singapore	Singapore dollar
South Korea (the Republic of Korea)	Seoul	South Korean won
the Syrian Arab Republic	Damascus	Syrian pound
the Republic of Tajikistan	Dushanbe	Somoni
the Kingdom of Thailand	Bangkok	Baht
the Republic of Turkey	Ankara	Turkish lira
Turkmenistan	Ashgabat	Turkmen new manat
The United Arab Emirates	Abu Dhabi	Dirham
the Republic of Uzbekistan	Tashkent	Uzbekistan som
the Socialist Republic of Vietnam	Hanoi	Dong
the Republic of Yemen	Sana'a	Yemeni rial

20. Choose the right official language for each of the following countries or world regions. Sometimes you'll have to choose more than one language.

Korean Kazakh Arabic Japanese Hindi Turkish Mandarin Russian

- Several languages are spoken in the Middle East. Two hundred million people speak _____ in more than 22 countries, though the language varies from country to country.
- _____ is the main official language of India but there are more than 20 other official languages.
- More than one billion people in China speak _____ than any other language. It is the standard literary and official form of Chinese and the main language of China's media, government, and educational institutions.
- In Japan, the majority of the country speaks _____.
- The two official languages of the Republic of Kazakhstan are _____ and _____.
- About 80 million people speak _____ worldwide. It is the official language of South Korea and North Korea.
- _____ is the most geographically widespread language of Eurasia and the most widely spoken of the Slavic languages.
- In 1928, the Ottoman script of this language was replaced with a Latin alphabet. Now _____ is widely spoken by 10–15 million native speakers in Southeastern Europe and 55–60 million native speakers in Western Asia.

21. Read the following statements. Say true or false.

- Introductions in China are free and informal.
- Personal warmth and goodwill are vital to Indian business relationships.
- Red is a particularly good or happy colour in much of Asia, including Japan and Korea as well as China.

4. Japanese managers always introduce themselves by identifying their name first, and then their company. This is because individualism prevails over collectivism in Japan.
5. For the Chinese and the Japanese emotion has no place at the negotiation table and showing anger may be seen as a sign of weakness and loss of control.
6. In Arab countries, before getting down to business, you are generally expected to spend about half an hour making small talk and building a relationship.
7. In countries such as India, or regions such as the Middle East, you may be invited to eat with your hands.
8. Japanese managers rarely give direct orders: they hint at what is needed instead.
9. The Japanese are the world's least tactile people.
10. People in the West nod to mean "yes." The same movement for Indians can mean "maybe" or "no."
11. Addressing a Chinese person with the word "comrade" is inappropriate as it is a privilege reserved for Communist Party members.
12. In business meetings, the Chinese rarely say "no" – they hint at difficulties instead.
13. In China, laughter, as well as a smile, may indicate embarrassment and uncertainty about how to react.
14. In India and Turkey relationships take priority over schedules.
15. In India a side-to-side head motion means "yes". In this culture a straight "no" is regarded as rude.
16. In India personal questions about income, age, and so on are not acceptable.
17. Turkey is an oral culture. What is said and heard is taken more seriously than what is written.
18. For Turks, the side-to-side headshake is a signal that someone doesn't understand something and requires further explanation.
19. To indicate "no", the Turks will usually toss their heads backwards, raising their eyebrows at the same time.
20. The individuals' "comfort zone" in Turkey is wider than in the European countries. That is why people in Turkey keep considerable distance when communicating with each other.

22. Compare business communication styles accepted in China, India, Turkey. Have you ever been to these countries? Share your experience with other students.

23. Make up a conversation based on one of the following situations or propose your own variants. Role-play it in pairs or small groups.

a) A Ukrainian economic analyst meets his/her colleagues from China, India, Turkey at an international economic congress. Discuss the problems the world economy faces today. Share your thoughts as to trade relations and current economic cooperation between the countries.

b) A clothing store owner from Ukraine discussing further cooperation with a clothing manufacturer from Turkey.

c) Imagine that you are having a small talk with your Indian business partner. Do your best to build the relationships.

24. Discussion.

Today the economy of China relies mainly on investment and export-led growth. China is the largest exporter and the priority trade partner of India, the Democratic People's Republic of Korea, Mongolia, Japan, the Republic of Korea, Vietnam, Malaysia and other Asian countries. China invests abroad and takes the leading role in free trade zones creation projects in Asia. China advances infrastructure projects which strengthen integration of its economy with other countries.

Give your comments on China's role in the global economy. Comment on trade relations between Ukraine and China today. *A.Laiko, O. Nikishyna (Institut of Market Problems and Economic&Ecological Research, Odessa).*

25. Make a short report on the economy of any Asian country you are interested in. Be ready to present it to the audience.

PART 4 A DEEPER INSIGHT IN ECONOMICS.

07 MANAGEMENT.

THE INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION.

1. Read the information below and do the suggested tasks.

Management (from the Latin word “*manus*” – *hand*) in businesses and organizations is the function that coordinates the efforts of people to accomplish goals and objectives using available resources efficiently and effectively. Management comprises planning, organizing, staffing, leading or directing, and controlling an organization to accomplish the goal. Management is also an academic discipline, a social science studying various types of organizations and how to manage them. However, management does not need to be seen from business point of view alone, because management is an essential function to improve one's life and relationships.

Henri Fayol (1841–1925), one of the most influential contributors to modern concepts of management, considered management to consist of six functions:

1. Forecasting
2. Planning
3. Organizing
4. Commanding
5. Coordinating
6. Controlling

Modern views on management tend to distinguish the following four basic functions: planning, organizing, leading or directing and controlling.

Planning can be defined as setting goals and objectives and determining what should be done to accomplish them. Planning is the primary management function because it sets the stage for all other aspects of management. A properly written plan tells what, when, and how something is to be accomplished. Strategic, intermediate, and operational plans are formulated by top, middle, and lower-level management, respectively.

Organizing is an important managerial function that transforms strategy into a systematic structure of authority relationships and task responsibilities. Thus, organizing can be viewed as the assignment of tasks, the grouping of tasks into departments and the assignment of authority and allocation of resources across the organization.

Leading involves directing and coordinating others.

Controlling is evaluating actual work performance against planned results and directing any adjustments that might be needed to improve performance.

Towards the end of the 20th century, business management came to consist of six separate branches, namely: strategic management, financial management, human resource management, information technology management, marketing management, operations management or production management.

Thus, managers are those who have the responsibility to direct, control and coordinate others. They are responsible to *owners* to achieve the best possible return on the capital invested in the business; *clients* to provide goods or services, of the specified terms; *employees* to provide the safest and most comfortable working conditions and to pay a fair wage.

Most organizations have three management levels: first-level, middle-level, and top-level managers. These managers are classified in a hierarchy of authority, and perform different tasks. In many organizations, the number of managers in every level resembles a pyramid.

The top can consist of the board of directors, president, vice-president, CEO and other members of the C-level executives. They are responsible for controlling and overseeing the entire organization. They develop strategic plans, company policies, and make decisions on the direction of the business. In addition, top-level managers play a significant role in the mobilization of outside resources and are accountable to the shareholders and general public. Executive management accomplishes the day-to-day details, including: instructions for preparation of department budgets, procedures, schedules; appointment of middle level executives such as department managers; coordination of departments; media and governmental relations; and shareholder communication.

Middle-level managers are branch managers and department managers. They are accountable to the top management for their department's function. They devote more time to organizational and directional functions. Their roles can be emphasized as executing organizational plans in conformance with the company's policies and the objectives of the top management. They define and discuss information and policies from top management to lower management, and most importantly they inspire and provide guidance to lower level managers towards better performance.

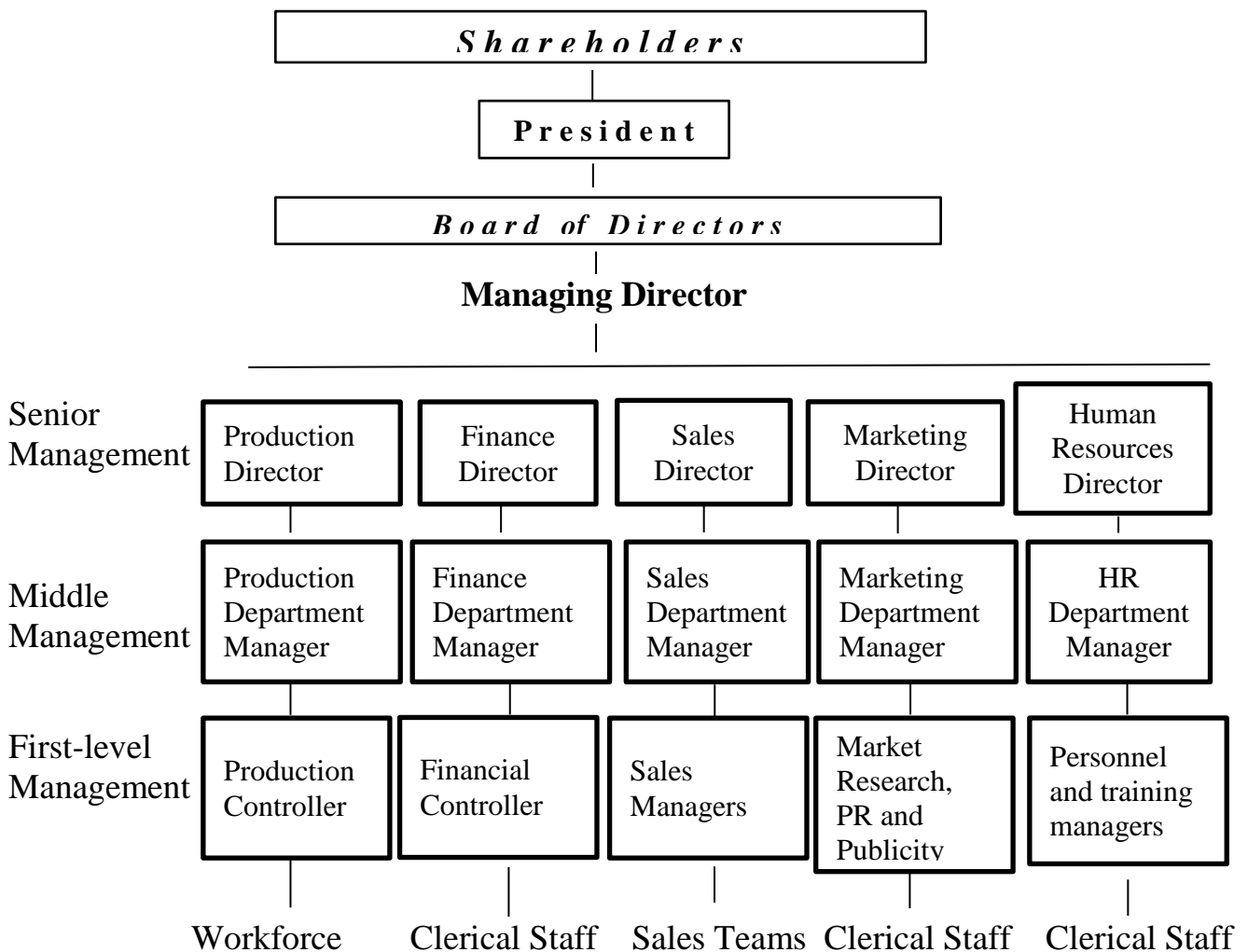
Efficiency of the middle level is vital in any organization, since they bridge the gap between top level and bottom level staff.

Their functions include:

- Design and implement effective group and inter-group work.
- Define and monitor group-level performance indicators.
- Diagnose and resolve problems within and among work groups.
- Design and implement reward systems that support cooperative behavior. They also make decision and share ideas with top managers.

First-level managers are those who control day-to-day activities and provide basic supervision, motivation, career planning, and performance feedback.

The management structure of a typical company, as we see it, can be represented as follows:



2. Answer the questions.

- What is management?
- What are the main functions of management?
- What are the main branches of business management?
- Describe a typical hierarchy of managers.
- What does the responsibility to owners, clients and employees involve?

3. Read the following descriptions and choose what they are about among the options below.

<i>self-management (of enterprises)</i>	<i>marketing management</i>	<i>strategic management</i>
<i>human resource management</i>	<i>time management</i>	<i>financial management</i>
<i>operations (production) management</i>	<i>information technology management</i>	

- 1.** The area of business management devoted to a judicious use of capital and a careful selection of sources of capital in order to enable a business to move in the direction of reaching its goals.
- 2.** A function in organizations designed to maximize employee performance according to the employer's strategic objectives and thus dealing with the questions of employee recruitment, training, performance appraisal, rewarding etc.
- 3.** The process of planning, guiding and controlling the technological resources of a firm in accordance with its needs and priorities. These resources may include computer hardware, software, data, networks, as well as the staff hired to maintain them.
- 4.** The practical application of marketing techniques and management of a firm's marketing resources and activities.
- 5.** Overseeing, planning, and controlling the process of production of goods or services involving the responsibility of ensuring that business operations are efficient in terms of using as few resources as needed, and effective in terms of meeting customer requirements.
- 6.** Formulation and implementation of the major goals and initiatives taken by a company's top management on behalf of owners, developing policies and plans to achieve these goals.
- 7.** The process of planning and exercising conscious control over the amount of time spent on specific activities, especially to increase efficiency or productivity.
- 8.** A form of management that involves management of an organization by its workers aimed at granting greater autonomy to workers and eliminating exploitation.

4. Complete the text with the words suggested below.

<i>Chief Executive Officer</i>	<i>middle managers</i>	<i>President</i>	<i>workforce</i>
<i>management</i>	<i>company officers</i>	<i>shareholders</i>	<i>first-level managers</i>
	<i>Chairperson</i>	<i>Managing Director</i>	

Most companies have a triple structure: the (1) ..., the (2) ... and the (3)... . As usual, the management structure of a typical company is hierarchical with the Board of Directors at the top, headed by the (4) ... or (5) The Board is responsible for policy decisions and strategy and will usually appoint a (6) ... or (7) ..., who has overall responsibility for the running of the business. Senior managers or (8) ... head various departments within the company, which may include: Production, Finance, Marketing, Public Relations, Information Technology, Personnel or Human Resources, Research and Development etc. (9) ... are those who are below the top level of management, and who are responsible for controlling and running an organization rather than making decisions about how it operates. (10) ... are supervisors, section leaders, foremen, etc. They usually have the responsibility of assigning tasks, guiding and supervising employees on day-to-day activities, ensuring quality and quantity of production, making recommendations, suggestions, and solving problems.

5. Match the following job titles with their general responsibilities.

Chief Executive Officer	Person responsible for relationships with clients and customers.
Finance Director	Manager responsible for personnel issues.
Production Director	American English term for the senior manager of a company, Managing Director.
Marketing Director	Manager responsible for markets in other countries.
Customer Service Manager	Manager responsible for market research and advertising.
Human Resources Director	Part of senior staff responsible for planning and control of profit and loss.
Exports Manager	Manager responsible for the process of creating goods or services.

6. Among the options below, pick out the essential characteristics a person must possess to become a good manager. Think about the basic qualities of the manager of international team. Share your opinion with your fellow students.

Creative, good communicator, hot-tempered, sociable, indifferent, knowledgeable, persuasive, self-confident, informal, quarrelsome, sensitive to others, bureaucratic, technically skilled, controlling, doubtful, emotionally strong, flexible, modest, open, task-oriented, individualistic, cooperative, tactful, impatient, polite, self-conscious, reserved, inactive, faultfinding, hierarchical, guiding, eccentric, motivating, sharp-witted, commanding, negligent, calm, enthusiastic, reasonable.

7. There are several leadership styles a manager can follow. Which one would you choose and why?

Autocratic: The leader takes decisions and expects others to carry these decisions out without question.

Persuasive: The leader takes the lead in taking decisions but spends time persuading others that these decisions are correct.

Consultative: The views of the group are taken into account before decisions are made, although the leader has the final word.

Democratic: The leader allows a decision to emerge through group discussions.

8. When managers have to introduce new policies, good communication is very important. There are many ways to communicate in businesses and organizations. Look at the definitions and choose the right term among the options below.

departmental meeting	e-mail	Intranet	teleconferencing	memo
discussion	telephone	newsletter	Internet	notice-board

1. A conversation or debate between colleagues about a specific topic. _____
2. Communicating by sending messages distributed by electronic means from one computer user to one or more recipients via a network. _____
3. A network of computers, within a particular company or organization used as a local communications network. _____
4. A method of using computer and TV monitor links to hold a meeting in real-time, but when the participants are in different places. _____
5. A board which is usually attached to a wall in order to display announcements notices giving information about something. _____
6. A short official note that is sent by one person to another within the same company or organization. _____

7. An international computer network providing a variety of information and communication facilities accessible to the general public via modem links. _____
8. A system for transmitting voices over a distance using wire or radio, by converting acoustic vibrations to electrical signals. _____
9. Occasional meetings between colleagues of the same department to discuss things or make decisions. _____
10. A bulletin issued periodically to the members of a business or organization. _____

9. Conflict is something that managers have to deal with. There are different types of conflict in management context. Match the type of conflict with the best definition.

1. Inter-group conflict	a. Conflict between two or more organizations (e.g. when different businesses compete against one another).
2. Intra-group conflict	b. Conflict between two parties from distinct cultures.
3. Interpersonal conflict	c. Conflict between members of the same group.
4. International conflict (within an organization, department, team etc.)	d. Conflict between two or more people due to a fundamental incompatibility in their personalities, their approaches to things, their style of life and work.
5. Inter-organization conflict	e. Conflict within an organization (e.g. department, work team, individual).
6. Intra-organization conflict	f. Conflict between groups.
7. Personality clash (relationship conflict)	g. Conflict between two or more individuals over a particular issue or incident.

10. Read and explain the meaning of the words in italics.

There is a theory that properly managed *conflict* can improve group outcomes. Thus, conflict management is the process of limiting the negative aspects of conflict and increasing the positive aspects of conflict while *conflict resolution* involves the *reduction*, *elimination*, or *termination* of all forms and types of conflict.

There is agreement among *management scholars* that there is no one best approach to how to make decisions, lead or manage conflict. Nevertheless, there have been many styles of conflict management behavior researched in the past century, including *competing, compromising, collaborating, avoiding, accommodating*, as well as *dominating, obliging* and *integrating*.

11. Think about the last time you experienced a conflict. How did you react? Did you avoid it or forced the other person to accept your will? Did you compromise? Or did the two of you collaborate? Share your experience with your fellow students.

12. In any field of business there will always be ethical issues. Managers that are in charge of making decisions need to be careful that choices they make don't do any damage to the company in the face of customers or society. There is a short list of ethical issues a manager can face. Match them with corresponding situations.

Preferential hiring	Stealing information from a company network.
Workers' rights violation	Paying lower wages to some employees on the grounds of their ethnic origin, nationality, gender, religion etc., as well as humiliating or dismissing them.
Animal rights violation	
Corruption	Agreeing to set high prices with a competitor to prevent competition.
Computer data protection	Employer's preference to give jobs only to employees matching with the unfair criteria set by the employer (e.g. hiring employees under 30 years of age only, refusing female (male) candidates, giving jobs to employer's relatives or friends and other unfair grounds.).
Child labour	
Codes of conduct	
Consumer safety	Putting dangerous wastes into a sea or river.
Discrimination	Illegal employment of children.
Environmental pollution	Testing products on animals.
Cartel	A secret bribe-giving to your business partner to get a favour from him or her.
	Making staff work extra hours.
	Insulting and humiliating your colleagues, as well as behaving inappropriately in various situations.
	Advertising a dangerous product.

13. What do the following abbreviations stand for? Explain their meaning in English.

CAM, CEO, HR, IT, JIT, MBO, MBWA, ROI, SBU, SME, SWOT, TQM.

14. Explain the meaning of the following terms.

Human resources, staff development, communication, motivation, team working, conflict management, international conflict management, management by walking around, total quality management, management by objectives, project management, business plan, time management, self-management, investment management, tax management.

15. Make a report on one of the following topics.

1. Views on the definition and scope of management.
2. The importance of communication skills for managers.
3. Team-building and conflict resolution.
4. Motivation as an important area of study for managers.
5. Leadership styles in management.
6. Ethical issues in management.

16. Economic game “Staff”.

Aim: to revise the types of businesses and functions of the staff working there.

Rules and procedure:

- 1) Work in teams of 6 students. Choose one of the cards with a certain type of business, enterprise or organization.
- 2) Choose the President, Managing Director. Discuss the positions necessary for the operation of your business/enterprise/organization and choose a position for each member of the team.
- 3) Each employee writes a short description of his position revealing his duties, responsibilities, knowledge and skills necessary for his work. You should discuss them previously within your team.
- 4) Make a presentation of your organization to the rest of the students.
- 5) The team that coped with the task the best is the winner.

17. Read the text and do the tasks suggested below.

THE INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION

The International Labour Organization (ILO) is a United Nations agency dealing with labour issues, particularly international labour standards and decent work for all.

The ILO is a major provider of labour statistics maintaining several databases which cover over 200 countries and monitor about 20 main indicators on employment, unemployment, educational attainment, labour cost, economic performance etc.

In 1969, the organization received the Nobel Peace Prize for improving peace among classes, pursuing justice for workers, and providing technical assistance to developing nations.

The ILO registers complaints against entities that are violating international rules; however, it does not impose sanctions on governments.

Unlike other United Nations specialized agencies, the ILO has a triple governing structure – representing governments, employers, and workers (usually with a ratio of 2:1:1). The tripartite structure ensures the creation of free and open debate among governments and social partners.

Juan Somavía was the ILO's director-general since 1999 until October 2012, when Guy Ryder was elected as his replacement.

The ILO guiding body is composed of 28 government representatives, 14 workers' representatives, and 14 employers' representatives. Ten of the government seats are held by member states that are nations of "chief industrial importance," namely Brazil, China, France, Germany, India, Italy, Japan, the Russian Federation, the United Kingdom and the United States.

The ILO organizes the International Labour Conference in Geneva every year in June, where conventions and recommendations are adopted. Also known as the Parliament of Labour, the conference makes decisions about the ILO's general policy, work programme and budget.

Through July 2011, the ILO has adopted 189 conventions which have now been ratified by most member states. The UN member states which are not members of the ILO are Andorra, Bhutan, Liechtenstein, Micronesia, Monaco, Nauru, North Korea and Tonga. To gain membership, a nation must inform the Director-General that it accepts all the obligations of the ILO constitution.

In 1998, the 86th International Labour Conference adopted the Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work. This declaration contains four fundamental policies:

- The right of workers to associate freely and bargain collectively;
- The end of forced and compulsory labour;
- The end of child labour;
- The end of unfair discrimination among workers.

The term child labour is often defined as work that deprives children of their childhood, potential, dignity, and is harmful to their physical and mental development.

Child labour refers to work that: is mentally, physically, socially or morally dangerous and harmful to children and interferes with their schooling by depriving them

of the opportunity to attend school, obliging them to leave school prematurely or requiring them to combine school attendance with excessively long and heavy work.

In its most extreme forms, child labour involves children being enslaved, separated from their families, exposed to serious hazards and illnesses and/or left to fend for themselves on the streets of large cities – often at a very early age. Whether or not particular forms of "work" can be called child labour depends on the child's age, the type and hours of work performed, the conditions under which it is performed and the objectives pursued by individual countries. The answer varies from country to country, as well as among sectors within countries.

According to ILO's 1973 Minimum Age Convention, the minimum ages that have been designated are: purple, 14 years; green, 15 years; blue, 16 years.

The ILO's International Programme on the Elimination of Child Labour was created in 1992 with the overall goal of the progressive elimination of child labour, which was to be achieved through strengthening the capacity of countries to deal with the problem and promoting a worldwide movement to combat child labour. The Programme currently has operations in 88 countries, with an annual expenditure on technical cooperation projects that reached over US\$74 million, €50 million in 2006. It is the largest programme of its kind globally and the biggest single operational programme of the ILO.

The ILO has considered the fight against forced labour to be one of its main priorities. During the interwar years, the issue was mainly considered a colonial phenomenon, and the ILO's concern was to establish minimum standards protecting the inhabitants of colonies from the worst abuses committed by economic interests. Since the 1960s, declarations of labour standards as a component of human rights have been weakened by government of postcolonial countries claiming a need to exercise extraordinary powers over labour as emergency regimes promoting rapid economic development.

To protect the right of workers for fixing minimum wage, the ILO created Minimum Wage Fixing Convention, 1970.

For the rights of migrant workers – those who move from place to place to do their job, the ILO adopted conventions, including Migrant Workers Convention, 1975 and United Nations Convention on the Protection of the Rights of All Migrant Workers and Members of Their Families in 1990.

For the rights and decent work of domestic workers – those who perform a variety of tasks in other peoples' homes such as cooking, cleaning the house or looking after children – the ILO has adopted Convention on domestic workers on 16 June 2011.

18. Answer the questions

1. What is the ILO?
2. Describe the ILO governing structure.
3. What are the ILO chief member states?
4. Where does the International Labour Conference usually take place?
5. What should be done by a nation to become a member of the ILO?

6. When was the Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work adopted? State its fundamental principles.

19. Translate the following expressions. Make up your own sentences with them in English.

To pursue justice for workers, (not) to violate international rules, (not) to impose sanctions on governments, to adopt conventions and recommendations, to bargain collectively, to protect the rights of workers, to fix minimum wage, to promote a worldwide movement against child labour, to fight against forced labour, to protect the rights of migrant and domestic workers.

20. Connect the following concepts with their right meanings.

1. collective bargaining	A. Foreign workers, any people working outside of their home country.
2. employment	B. All involuntary work or service exacted under the menace of a penalty.
3. unemployment	C. The lowest hourly, daily or monthly repayment that employers may legally pay to workers. The lowest wage at which workers may sell their labour.
4. child labour	D. A person who works within the employer's household.
5. forced labour	E. The fact of having a paid job; the work that is available in a country or area.
6. minimum wage	F. A process of negotiations between employers and a group of employees aimed at reaching agreements to regulate working conditions.
7. migrant worker	G. The employment of children in any work that deprives children of their childhood, interferes with their ability to attend school, and that is mentally, physically, socially or morally dangerous and harmful.
8. domestic worker	H. The state of being unoccupied; the number or proportion of people without a paid job but available to work.

21. Discussion.

The policy of the International Labour Organization is focused on the creation of the new jobs as the main way of overcoming unemployment in different countries of the world. The ILO studies different statistic data connected with labour problems in different countries and suggests the adapted mechanisms of improving the situation. However, the implementation of the suggested mechanisms is not the prerogative of the ILO but the governments.

Discuss the perspectives of cooperation between the government of Ukraine and the ILO. What should be done to reduce labour force migration from Ukraine?

A. Laiko, O. Nikishyna (Institut of Market Problems and Economic&Ecological Research, Odessa).

ДОДАТОК Ж

ХАРАКТЕРИСТИКА РІВНІВ СФОРМОВАНOSTІ ІНШОМОВНОЇ ПРОФЕСІЙНО-ДІЛОВОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СТУДЕНТІВ ЕКОНОМІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

Лінгвістично-мовленнєва компетенція

Мінімальний рівень характеризується сформованістю мінімально задовільної здатності до застосування основних видів ІМД для здійснення ПДС.

У процесі **аудіювання** студент виявляє здатність з певним зусиллям "вловити" багато зі сказаного співрозмовниками, але може вважати для себе важким стати активним учасником дискусії з кількома співрозмовниками.

Може в основному зрозуміти головний зміст складної дискусії, якщо вимова чітко артикульована та нормативна. Може зрозуміти основне з виступів, розмов, доповідей, якщо предмет мовлення знайомий, мовлення нормативне. Здатен розуміти більшість відео- та аудіоматеріалів, таких як інтерв'ю чи економічні новини, мовлення яких відносно повільне, чітке і нормативне. Може визначити настрій, тон і ставлення мовця. За потреби здатен коректно передати в усній чи письмовій формі зміст сприйнятої інформації.

При веденні живої розмови подекуди звертається з проханням роз'яснити чи повторити почуте, що, однак, не призводить до припинення спілкування.

Говоріння характеризується задовільним діапазоном граматики та лексики; задовільною вільністю мовлення, хоча з певними зупинками та "перескакуваннями"; задовільною граматичною, лексичною, фонетичною правильністю мовлення. Існуючі помилки мають переважно комунікативно незначущий характер та не спричиняють припинення спілкування. Виявляє здатність планувати власні усні висловлювання, будувати їх чітко та недвозначно, помічати допущені помилки та самостійно виправляти їх, намагається непомітно для інших обминати "прогалини" у своїх знаннях. Може відчувати певні утруднення при необхідності спонтанно розпочати чи приєднатися до розмови; у той же час із більшою вільністю виступає із заздалегідь підготовленими доповідями.

У процесі **читання** студент може читати послідовний, нормативний текст на професійну тематику чи інші споріднені теми із задовільним рівнем розуміння. Може знаходити основні положення у тексті/діловій кореспонденції/науковій статті. Виявляє спроможність вилучати основний зміст чи ідею/ головні деталі/ конкретну інформацію, яка цікавить, використовуючи довідкові джерела та з певними витратами часу. Має задовільний активний словниковий запас, але час від часу відчуває утруднення при зустрічі з незнайомою лексикою і має користуватися словником. Час від часу виникає потреба перечитати складні місця. За потреби може переказати основний зміст і висловити власне ставлення до прочитаного.

Писемне мовлення відзначається мінімально задовільною граматичною, лексичною, синтаксичною та орфографічною правильністю. Студент намагається будувати власні письмові висловлювання зв'язно та чітко. Користується задовільним діапазоном граматики та лексики, за потреби застосовує професійну лексику. У більшості випадків помічає допущені помилки та самостійно виправляє їх; існує стійка потреба звернутися до словника для уточнення написання/вживання/значення того чи іншого слова/терміна. Здатен письмово скласти лаконічні

відповіді, недовготривалі доповіді, плани чи тексти промов або запланованих виступів професійної спрямованості. Здатен грамотно складати необхідні документи: ділові листи, письмові розпорядження, резюме тощо.

Середній рівень характеризується проміжною здатністю до застосування основних видів ІМД для здійснення ІПДС.

У процесі **аудіювання** студент виявляє здатність у повній мірі розуміти те, про що говорять співрозмовники, але все ж є утруднення при спонтанному приєднанні до розмови.

Може зрозуміти основний зміст та суттєві деталі складної дискусії, доповіді або виступу, якщо мовлення нормативне та чітке.

Здатен розуміти більшість відео- та аудіоматеріалів, таких як інтерв'ю чи економічні новини, мовлення яких досить жваве, чітке і нормативне. Здатен визначити настрій, тон і ставлення мовця. За потреби здатен достатньо розгорнуто передати в усній чи письмовій формі зміст сприйнятої на слух інформації. При веденні живої розмови з більшою легкістю та повнотою розуміє співрозмовника, майже не звертається з проханням роз'яснити чи повторити почуте.

Говоріння характеризується більш широким діапазоном граматики та лексики; більш помітною вільністю мовлення, майже без утруднень та пауз; задовільною граматичною, лексичною, фонетичною правильністю мовлення. Існуючі помилки мають комунікативно незначущий характер та не спричиняють припинення спілкування. Студент ефективно планує власні усні висловлювання, будує їх чітко та логічно, знає “прогалини” у своїх знаннях, уникаючи помилок та небажаних зупинок. Може відчувати утруднення при необхідності спонтанно приєднатися до розмови; у той же час із більшою вільністю виступає із заздалегідь підготовленими доповідями.

У процесі **читання** може із більшою легкістю та швидкістю сприймати і розуміти текст на професійну тематику чи інші теми, рідше виникає потреба перечитати складні місця. Із більшою ефективністю, порівняно із мінімальним рівнем, застосовує різні стратегії читання відповідно до конкретної потреби: визначення основної ідеї/виокремлення деталей/пошук конкретної інформації, що цікавить/ детальне вивчення усього текстового матеріалу. За потреби має користуватися довідковими джерелами для уточнення власного розуміння того чи іншого професійного терміну. Має більш широкий активний словниковий запас, розвинуту “здогадку” за контекстом. Може у задовільній мірі розуміти зміст текстів, що відносяться до обраної спеціальності, за потреби може розгорнуто переказати зміст і висловити власне ставлення до прочитаного матеріалу, порівняти власні погляди з точкою зору автора.

Писемне мовлення відзначається достатньою граматичною, лексичною, синтаксичною та орфографічною правильністю. Студент може будувати власні письмові висловлювання зв'язно, чітко та недвозначно. Користується широким діапазоном граматики та лексики, застосовує широкий діапазон професійної лексики. Порівняно із мінімальним рівнем, виявляється менше утруднень при виконанні спонтанних писемних завдань. Помічає допущені помилки та самостійно виправляє їх; час від часу має звернутися до словника для уточнення того чи іншого слова/терміна. Здатен письмово складати лаконічні відповіді, розгорнуті доповіді, плани та тексти промов професійної спрямованості, виділяючи у них головні положення і додаючи допоміжні відомості. Грамотно складає документи: ділові листи, письмові розпорядження тощо. Здатен письмово проаналізувати інформацію з кількох джерел, зробити висновки, висловити власну думку, надати пропозиції.

Високий рівень характеризується високою здатністю до застосування основних видів іншомовної мовленнєвої діяльності для здійснення ІПДС.

Здатність студента до **аудіювання** відзначається розвинутою спроможністю слухати і розуміти нормативне усне мовлення, складне у змістовому та лінгвістичному плані, живе або в запису, на широке коло професійних або споріднених тем. Може у повній мірі розуміти пошкваллену розмову носіїв мови. Може з легкістю розуміти складні діалоги між учасниками групової дискусії або дебатів стосовно питань професії. Може розуміти аудіо- та відеозаписи нормативного мовлення на теми, які здебільшого зустрічається у професійному, суспільно-політичному або академічному житті, і визначати погляди і ставлення мовця так само добре, як і зміст інформації. Може з достатньою легкістю розуміти теленовини, телепередачі, живі інтерв'ю нормативного мовлення про сучасні події у світовій економіці. Може з достатньою легкістю усно чи письмово передати зміст почутого, надати власну оцінку, висловити своє бачення тощо.

Говоріння вирізняється різноманіттям граматики та лексики; вільністю мовлення; граматичною, лексичною, вимовно-артикуляційною правильністю мовлення; відсутністю комунікативно незначущих помилок; здатністю планувати власні висловлювання, непомітно для інших обминати “слабкі місця” у своїх знаннях, влучно використовуючи ті конструкції та звороти, що є у власному арсеналі. Студент здатен з майже однаковою легкістю брати участь у спонтанному спілкуванні чи виступати із задалегідь підготовленими доповідями, застосовуючи наголос та інтонацію з метою точної передачі більш тонких відтінків смислу чи акцентуючи ключові положення. При веденні живої розмови розуміє співрозмовника/ків у достатній мірі для того, щоб не призупиняти процес комунікації із проханням пояснити чи повторити почуте, здатен жваво та доречно відповідати на почуту інформацію, активно брати участь в іншомовному спілкуванні віч-на-віч.

Здатність до **читання** виявляється у спроможності читати з високим ступенем самостійності, адаптуючи стиль і швидкість читання до різних текстів і цілей, вибірково використовуючи відповідні довідкові джерела. Має широкий активний словниковий запас, але може відчувати деякі утруднення при зустрічі з маловживаними чи незнайомими словами, які, однак, у більшості випадків може зрозуміти за контекстом. Може розуміти в деталях розгорнуті, складні тексти, насамперед такі, що відносяться до спеціальності, користуючись час від часу словником. Швидко ідентифікує зміст текстових новин, повідомлень, наукових статей на професійні теми. За потреби може переказати прочитане, прокоментувати, навести власну точку зору.

Писемне мовлення характеризується граматичною, лексичною, синтаксичною та орфографічною правильністю; логічною зв'язністю та чіткістю у формулюванні письмових висловлювань; широким діапазоном граматики та лексики, у тому числі широкою наявністю професійної лексики. Студент здатен без помітних утруднень оперувати писемним мовленням, виконуючи спонтанні завдання; здатен без утруднень складати розгорнуті відповіді, доповіді, плани та тексти запланованих промов, чітко виділяючи головні положення із додаванням допоміжних деталей. Здатен грамотно, без істотних утруднень складати у писемній формі необхідні документи: ділові листи, письмові розпорядження, резюме тощо. Здатен письмово проаналізувати інформацію з різних джерел, зробити висновки. Вдало уникає неточності та двозначності при викладенні своїх думок на письмі.

Ділова соціокультурна компетенція

Мінімальний рівень характеризується наявністю мінімальних соціокультурних знань в аспекті ділових стосунків, необхідних для здійснення ПДС. Студент виявляє наявність основних знань про державний та економічний устрій різних країн світу. Демонструє базові знання

загального економічного устрою своєї країни, пріоритетні економічні напрямки та існуючі проблеми.

Виявляє мінімально необхідні знання особливостей мовленнєвої та немовленнєвої поведінки носіїв інших культур в ситуаціях професійно-ділового спілкування, розуміє та враховує це у процесі спілкування. Володіє основними засадами загальноприйнятої культури та ввічливості при здійсненні прямого та опосередкованого спілкування та висловлюється в усній чи письмовій формі у відповідності до них, уникаючи грубих помилок при формулюванні. Ті ж помилки, що мають місце, не можуть вважатися критичними/образливими для співрозмовника, не призводять до непорозуміння чи остаточного припинення процесу спілкування.

Середній рівень характеризується наявністю більш розгорнутих соціокультурних знань у їх діловому аспекті. Студент у більшій мірі виявляє власні знання культури, стану економічного розвитку та державного устрою, культури ділових відносин, особливостей суспільного життя різних країн світу. Більш ґрунтовно розуміє вищезазначені питання стосовно своєї країни.

Виявляє помітно ширші, порівняно з мінімальним рівнем, знання особливостей мовленнєвої та немовленнєвої поведінки носіїв різних культур у процесі ділових стосунків. Ефективно користується власними соціокультурними знаннями у процесі прямого чи опосередкованого спілкування, здатен будувати мовлення чітко, впевнено та ввічливо. Існуючі утруднення та допущені неточності не чинять істотного впливу на процес спілкування (не ображають співрозмовника/ не чинять непорозуміннь тощо). Виявляє здатність співвідносити норми ділової поведінки своєї країни з особливостями чи традиціями, прийнятими в інших країнах.

Високий рівень характеризується ґрунтовно розвинутими знаннями культури, стану розвитку економіки, державного устрою, культури ділових відносин, особливостей суспільного життя багатьох країн чи регіонів, з представниками яких імовірно може відбуватися ділова взаємодія іноземною мовою у майбутній професійній діяльності. Демонструє глибокі знання у вищезазначених питаннях стосовно своєї країни.

Виявляє знання особливостей мовленнєвої та немовленнєвої поведінки носіїв різних культур в ситуаціях професійно-ділового спілкування, ефективно враховує це у процесі спілкування, вільно володіє загальноприйнятою культурою прямого та опосередкованого професійно-ділового спілкування, а тому у процесі спілкування студент не має труднощів при усвідомленні/розумінні/урахуванні таких особливостей, що робить процес ІПДС невимушеним, гнучким та ефективним.

Ґрунтовно розуміє, як ділова поведінка у соціумі нашої країни відрізняється порівняно з іншими країнами, може розгорнуто охарактеризувати особливості ділових стосунків в інших країнах, навести власну точку зору.

Професійно-предметна компетенція

Мінімальний рівень характеризується сформованістю мінімально необхідної здатності до використання професійної термінології при здійсненні ІПДС. Студент в змозі розуміти ключові професійні терміни та поняття при аудіюванні та читанні, продукувати їх при говорінні та письмі. Розуміє сутність професійних понять, за потреби може правильно надати коротке роз'яснення рідною або іноземною мовою. Намагається формулювати власні висловлювання логічно та чітко, переважно вдало використовуючи професійну термінологію, виявляє переважну відсутність орфографічних помилок у написанні англійських економічних термінів; подекуди допускає помилки та утруднення при оперуванні професійними термінами при говорінні, які, однак суттєво

не заважають процесу комунікації та у більшості випадків усвідомлюються та виправляються мовцем.

Студент виявляє мінімальну обізнаність про міжнародні економіко-фінансові організації: коли та з якою метою засновані, напрямки діяльності.

Здатен читати друковані наукові матеріали іноземною мовою на професійну тематику, розуміти загальний зміст та деталі, може надати коротку оцінку отриманої інформації, поділитися нею з іншими, передавши основний зміст. При здійсненні прямого чи опосередкованого спілкування або перегляді відеоматеріалів розуміє загальну професійну проблему, про яку йдеться мова. Здатен коротко та чітко висловити свою позицію. Демонструє обізнаність в основних питаннях професії та здатність вирішувати нескладні професійні ситуації у процесі ПДС.

Середній рівень характеризується проміжною здатністю до використання професійної термінології у процесі ПДС. Студент може ширше та глибше розуміти професійні терміни та поняття при аудіюванні та читанні, з помітно більшою легкістю оперувати ними при говорінні та письмі. У разі необхідності виявляє здатність пояснити той чи інший професійний феномен іноземною мовою. Формулює власні висловлювання логічно та чітко, вдало використовуючи професійні терміни. Виявляє відсутність орфографічних помилок при застосуванні термінів на письмі; утруднення при оперуванні професійними термінами при говорінні є майже не помітними завдяки здатності обминати власні “слабкі місця”.

Студент виявляє ширшу, порівняно із мінімальним рівнем, обізнаність про основні міжнародні економіко-фінансові організації: коли, де та з якою метою засновані, їх структура, основні та супутні напрямки діяльності тощо, за потреби може надати коротку оцінку їх діяльності.

Здатен читати та аналізувати друковані матеріали іноземною мовою на професійну тематику, розуміти загальний зміст та деталі, може надати власну коротку оцінку отриманої інформації, поділитися з іншими основним змістом та деталями. При здійсненні прямого та опосередкованого спілкування або при перегляді відеоматеріалів більш ґрунтовно розуміє професійну проблему чи питання, про яке йдеться мова. Здатен чітко та більш розгорнуто висловити свою позицію, демонструючи глибшу обізнаність у питаннях професії у процесі ПДС.

Високий рівень характеризується високою сформованістю здатності до використання професійної термінології при здійсненні ПДС. Студент в змозі без утруднень розуміти широке коло професійних термінів та понять при аудіюванні та читанні, вільно продукувати їх при говорінні та письмі, може надати вичерпне роз’яснення іноземною мовою в усній чи письмовій формі.

Демонструє логічну зв’язність, чіткість та конкретність у формулюванні усних та письмових висловлювань. Виявляє відсутність орфографічних помилок у написанні англomовних економічних термінів, а також відсутність фонетичних/фонологічних помилок при їх продукуванні під час говоріння.

Здатен без утруднень читати та аналізувати друковані матеріали іноземною мовою на професійну тематику, розуміти загальний зміст та деталі, може компетентно відповісти на запитання, дати власну оцінку отриманої інформації, обговорити її з іншими. При здійсненні ПДС у повній мірі розуміє ту професійну проблему чи питання, про яке йдеться мова, здатен розгорнуто висловити свою позицію, оцінку, надати пропозиції, прогнози. Може публічно висловлюватись на професійні теми з таким ступенем точності, швидкості та спонтанності, що не спричиняє утруднень або незручностей слухачам.

Студент виявляє глибоку обізнаність про сутність та напрямки діяльності основних міжнародних економіко-фінансових організацій, таких як МВФ, СОТ, Міжнародна торгова палата, Міжнародний банк реконструкції та розвитку й ін., може надати особисту оцінку їх діяльності у контексті сучасних подій.

У достатній мірі розкриває себе як фахівця економіки, демонструючи ґрунтовні знання професійної термінології іноземною мовою та здатність вирішувати широке коло професійних питань у процесі ПДС.

Інтеракційна компетенція

Мінімальний рівень характеризується мінімально необхідною здатністю до міжособистісної інтеракції іноземною мовою, що виявляється у спроможності брати участь у відносно недовготривалому спілкуванні на загальні знайомі професійні теми чи для вирішення певних професійних завдань. Подекуди виявляються ускладнення при спонтанному приєднанні до розмови, час від часу можливі паузи та невизначеність, пов'язані з обміркуванням отриманої інформації та пошуком належної відповіді. Виникають зупинки та утруднення, пов'язані з необхідністю висловити власну точку зору, навести аргументи, відреагувати на непередбачувані зміни у ході спілкування, однак такі утруднення не призводять до припинення спілкування. Перебіг ПДС здійснюється без суттєвих непорозумінь завдяки здатності у більшості випадків помічати власні помилки та виправляти/обминати їх.

Виявляє здатність враховувати точку зору співрозмовників, бажання досягати порозуміння. Демонструє комунікабельність та бажання спілкуватися попре існуючі труднощі в організації власного мовлення та невербальної поведінки.

Під час заздалегідь підготовлених усних відповідей демонструє більшу впевненість та вільність ніж при спонтанній взаємодії іноземною мовою; у разі заздалегідь підготовленої доповіді/промови/виступу з більшою легкістю відповідає на запитання, наводить аргументи, відстоює власну позицію.

У цілому виявляє переважну здатність враховувати відповідне професійно-ділове середовище, у якому відбувається спілкування, а отже і поводитися відповідно до конкретних обставин. У більшості випадків досягаються необхідні результати взаємодії, а утруднення, що мають місце, істотно не заважають комунікації та не призводять до припинення взаємодії.

Середній рівень характеризується проміжною здатністю до взаємодії іноземною мовою, що виявляється у спроможності брати участь у більш тривалому спілкуванні іноземною мовою. У більшості випадків здатен достатньо вільно розпочати, приєднатися чи завершити взаємодію у потрібний час. Намагається уникати небажаних пауз та невизначеності, пов'язаних з осмисленням отриманої інформації та пошуком необхідної відповіді. Одиначні утруднення, що все ж трапляються, є майже непомітними завдяки достатній здатності обминати власні слабкі місця, виправляти помилки. Такі утруднення не завдають труднощів жодній із сторін.

Виявляє помітно більшу, порівняно з мінімальним рівнем, впевненість та вільність при висловлюванні своєї точки зору, при відповідях на запитання, наведенні аргументів; під час особистих доповідей/виступів/промов із більшою легкістю взаємодіє зі слухачами, залучає їх до обговорення.

Здатен враховувати точку зору співрозмовників, бажає досягати порозуміння. Демонструє комунікабельність, чітко та зрозуміло буде власне мовлення, коректно організовує невербальну поведінку відповідно до того середовища, у якому відбувається спілкування.

Високий рівень сформованості інтеракційної компетентності дозволяє вільно ініціювати або приєднатися до тривалої взаємодії, а також коректно завершити спілкування у потрібний час.

Студент здатен спонтанно підтримувати дискусії іноземною мовою на професійні теми, залучати до дискусії інших співрозмовників. Здатен вільно висловлювати власну точку зору стосовно широкого кола професійних питань, аргументувати, переконувати співрозмовників, встановлювати та змінювати тему розмови. Швидко та вдало реагує на зміни обставин спілкування, вдало уникає суперечливих ситуацій чи сприяє їх вирішенню, правильно організовує власну вербальну та невербальну поведінку. Враховує точку зору співрозмовників, виявляє комунікабельність, активність, ініціативність, прогнозує вплив своєї поведінки на співрозмовників.

Здатен без помітних утруднень наводити контакт з аудиторією під час особистих спонтанних чи заздалегідь підготовлених усних доповідей стосовно питань професії, залучати присутніх до обговорення. Демонструє однакоvu впевненість при заздалегідь обміркованій та спонтанній взаємодії, не припускає пауз та сумнівів, пов'язаних з осмисленням отриманої інформації та формулюванням доречної відповіді; здатен будувати процес ПДС невимушено та адекватно до конкретного середовища, що має місце.

A

Absolute advantage principle – *принцип абсолютної переваги* – a country benefits by producing only those products in which it has absolute advantage, or can produce using fewer resources than another country.

Advanced economies – *розвинуті країни* – postindustrial countries characterized by high per-capita income, highly competitive industries, and well-developed commercial infrastructure.

Advance payment – *передплата, авансовий платіж* – trading method in which the buyer pays for the goods before they are delivered to the buyer.

Advertising – *реклама* – the activity or profession of producing advertisements for commercial products or services and making sure people see them.

Affluence – *багатство, достаток* – a formal term denoting the state of having a lot of money or a high standard of living.

Aggregate demand – *сукупний попит* – the total demand of all potential buyers of a commodity or service. Includes all individuals and organizations that have the ability, willingness, and authority to purchase such products.

Aggregate supply – *сукупна пропозиція* – is the total supply of goods and services that firms in a national economy are willing to sell at a given price level during a specific time period.

Agent – *представник; посередник* – an intermediary (often an individual or a small firm) that handles orders to buy and sell commodities, products, and services in international business transactions for a commission.

Agreement – *угода, договір* – a formal decision about future actions which becomes final in case an offer, made by one party is accepted by the other party.

Amortization – *амортизація, погашення боргу* – gradual repayment of a debt over a period of time, such as monthly payments on a mortgage loan or credit card balance.

Annual report – *річний звіт* – a spoken or written account, especially in the form of an official document. In most cases, a publicly held corporation provides its shareholders with an annual report showing its income and balance sheet. Usually it contains not only financial details but also a message from the chairman, a description of the company's operations, and an overview of its achievements.

Anti-globalization movement – *антиглобалізаційний рух* – also referred to as counter-globalization movement, the global justice movement, anti-globalist movement, anti-corporate globalization movement, or movement against neoliberal globalization – the movement focused on criticism of globalization, the participants of which stand in opposition to the process of international integration that increases worldwide exchanges of national and cultural resources, emphasizing the perceived negative aspects of globalization.

Antitrust law – *антимонопольний закон* – also known as competition law, is the system of rules developed by the government with the aim to promote or maintain market competition by regulating anticompetitive conduct by companies.

Appreciation – *підвищення оцінної вартості* – an increase in the value of something (e.g. stock, real estate, personal property, fine art, antiques etc.) over a period of time.

Appreciation of currency – *зростання валютного курсу* – a rise in the price of one currency relative to another.

Arbitrage – *арбітраж, спекуляція на різниці у цінах* – the term is used to define the technique of simultaneously buying at a lower price in one market and selling at a higher price in another market to make a profit on the spread between the prices.

Ask price – *ціна продавця* – also known as **offer price**, the term is used to define the price at which a seller, a market maker or broker offers to sell a security or commodity.

Assets – *активи* – all the things that a company or a person owns.

Auction market – *аукціонний ринок* – sometimes known as *open outcry* or *double-auction market*, is the way the major exchanges, such as the New York Stock Exchange (NYSE) and the Chicago Mercantile Exchange (CME), have traditionally handled buying and selling. Brokers acting for buyers compete against each other on the exchange floor, as brokers acting for sellers do, to get the best price. The trade bargain is closed when the bid price meets the ask price.

Audit – *аудит* – an official and professional examination of an individual's or organization's accounts, typically by an independent body.

Autarky – *автаркія, режим економічної незалежності держави* – the idea that a country should be self-sufficient and not take part in international trade.

Average fixed cost (AFC) – *середні постійні витрати* – is the term that refers to fixed costs of production (FC) divided by the quantity of output produced. As the total number of goods produced increases, the average fixed cost decreases because the same amount of fixed costs is being spread over a larger number of units of output.

Average product – *середній продукт* – also known as *average physical product* is the total production divided by the number of units of variable input employed. It is the output of each unit of input. E.g. If there are 10 employees working on a production process that manufactures 50 units per day, then the average product of variable labour input is 5 units per day.

Average total cost (ATC) – *середні загальні витрати* – also known as *unit cost* is equal to total cost divided by the number of goods produced (the output quantity). It is also equal to the sum of average variable costs (total variable costs divided by the output quantity) plus average fixed costs (total fixed costs divided by the output quantity). Average costs may be dependent on the time period considered (increasing production may be expensive or impossible in the short term, for example). Average costs affect the supply curve and are a fundamental component of supply and demand. Average variable cost plus average fixed cost equals average total cost.

Average variable cost (AVC) – *середні змінні витрати* – an economic term that refers to a firm's variable costs (labor, electricity, etc.) divided by the quantity of output produced. Variable costs are those costs which vary with output.

B

Balance of payments – *платіжний баланс* – The annual accounting of all economic transactions of a nation with all other nations.

Balance of trade – *торгівельний баланс* – also known as *the balance of goods and services*, is the relationship and difference between a nation's imports and exports over a certain period of time. A country's balance of trade in goods records the difference between exports and imports of merchandise and is therefore also defined as the *merchandise balance*.

Balance sheet – *баланс підприємства* – a written statement of the assets, liabilities, and capital of a business or other organization at a particular point in time, detailing the balance of income and expenditure over the preceding period. Balance sheet is also used to refer to the general financial state of a company.

Balanced budget – *збалансований бюджет* – (particularly that of a government) is a budget with revenues equal to expenditures. More generally, it refers to a budget with no deficit, but possibly with a surplus.

Bank – *банк* – a financial institution and a financial intermediary that accepts deposits and channels those deposits into lending activities, either directly by loaning or indirectly through capital markets. A bank is the connection between customers that have capital deficits and customers with capital surpluses.

Barter – *бартер* – a type of countertrade that involves the direct exchange of goods without using money or similar monetary instruments.

Bear market – *ринок, де панує тенденція падіння цін, пониження фондової кон'юнктури, ринок “ведмедів”* – a market in which prices are falling, encouraging selling.

Behavioral economics – *поведінкова економіка, біхевіоральна економіка* – a relatively new branch of study, as well as the related field, *behavioral finance*, aimed at investigating the effects of social,

cognitive, and emotional factors on the economic decisions of individuals and institutions and the consequences for market prices, returns, and the resource allocation. This new conception was first developed in 1979 by the two American-Israeli psychologists Daniel Kahneman and Amos Tversky, who published their article "Prospect Theory: Decision Making under Risk" in *Econometrica*, an academic journal of economics.

Bid price – *ціна покупця* – the price that a buyer or dealer is willing to pay in order to buy commodities or other assets.

Black market – *тіньовий ринок* – also defined as **underground economy** is the market in which illegal goods are traded. The black market is distinct from the **grey market**, in which commodities are distributed through channels which, while legal, are unofficial, unauthorized, or unintended by the original manufacturer, and the **white market**, the legal market for goods and services.

Breach of contract – *недотримання, порушення контракту* – an act of breaking or failing to observe an agreement or contract by one of the parties of the contract, thus causing the other party damage.

Broker – *брокер, посередник* – an agent who acts as an intermediary for a buyer and a seller. The buyer, seller, and broker may all be individuals, or one or more may be a business or other institution.

Budget – *бюджет* – an estimate of income and expenditure for a set period of time; the amount of money needed or available for a certain purpose.

Budget deficit – *дефіцит бюджету* – a budget in which government expenditures exceed government revenues in a given period of time.

Bull market – *ринок, що характеризується тенденцією зростання цін, ринок "биків"* – a prolonged period when stock prices as a whole are moving upward, encouraging buying. People expect that the shares will increase in value and that they will be able to make a profit by selling them again after a short time.

Business – *бізнес, комерційна діяльність* – any area of work or activity in which the aim is to make a profit.

Business cluster – *бізнес кластер* – a geographic concentration of interconnected businesses, suppliers, and associated institutions in a particular field. Clusters are considered to increase the productivity with which companies can compete, nationally and globally.

Business ethics – *ділова етика* – also known as **corporate ethics**, is a form of applied ethics or professional ethics that examines ethical principles and moral or ethical problems that arise in a business environment. It applies to all aspects of business conduct and is relevant to the conduct of individuals and entire organizations.

Business plan – *бізнес-план* – a formal statement of a set of business goals, the reasons they are believed attainable, and the plan for reaching those goals. It may also contain background information about the organization or team attempting to reach those goals.

C

Capital – *капітал* – a large sum of money which somebody uses to start a business, or which somebody invests in order to make more money.

Capitalism – *капіталізм* – an economic system based on the private ownership of the means of production, with the goal of making a profit.

Carrier – *перевізник; транспортер* – a person or company that undertakes the professional conveyance of goods or people.

Cash – *готівка* – money in the form of notes and coins rather than cheques.

Cash-and-carry – *система оптової торгівлі "кеш-енд-кері"* – a form of trade in which goods are sold from a wholesale warehouse operated either on a self-service basis. Cash-and-carries are mainly used by businessmen to buy goods for their shops or companies.

Central bank – *Центральний банк* – a public institution that manages a state's currency, money supply, and interest rates.

Closed economy – *закрита економіка* – the term is usually applied to political states or their economic systems characterized by the possibility to survive or continue the economic activities without external assistance or international trade.

Coin – *монета* – a flat disc or piece of metal with an official stamp that is standardized in weight and used as money.

Collective bargaining – *процес колективних переговорів* – the process of negotiating labor contracts between the union and management concerning wages and working conditions.

Commercial risk – *комерційний ризик* – a firm's potential loss or failure from poorly developed or executed business strategies, tactics, or procedures.

Commodity market – *товарний ринок* – physical or virtual transactions of buying and selling involving raw or primary commodities such as grains, metals, live-stock, oil, cotton, coffee, sugar, and cocoa, that are used to produce consumer products.

Communism – *комунізм* – a political ideology and economic system in which all the factors of production are owned by the workers and people share in production according to their needs. In Marx's view, this is the highest form of socialism.

Company – *компанія* – a business organization that makes money by selling goods or services.

Competition – *конкуренція* – the rivalry among sellers trying to achieve such goals as increasing profits, market share, and sales volume by varying the elements of the marketing mix: price, product, distribution, and promotion.

Consignee – *вантажоодержувач* – a person receiving the goods, in most cases the buyer himself or, sometimes, a person acting on behalf of the buyer.

Consolidation – *об'єднання, злиття* – occurs when two companies combine together to form a new enterprise altogether, and neither of the previous companies remains independent.

Consumer – *споживач* – a person who purchases goods and services for personal use.

Consumer behaviour – *поведінка споживача* – the study of individuals, groups, or organizations and the processes they use to select products, services, experiences, or ideas to satisfy needs and the impacts that these processes have on the consumer and society.

Consumer goods – *товари народного вжитку* – goods bought and used by consumers, rather than by businesses and manufacturers for producing other goods.

Contract – *контракт* – an agreement put in writing.

Contract of carriage – *договір про перевезення* – an agreement that sets out the rules for the (international) transportation of the goods from the seller to the buyer.

Convention – *конвенція* – a written agreement between two or more states, or between states and international organizations.

Corporate social responsibility (CSR) – *корпоративна соціальна відповідальність* – operating a business in a manner that meets or exceeds the ethical, legal, commercial, and public expectations of stakeholders (customers, shareholders, employees, and communities).

Corporation – *корпорація* – a large company or group of companies authorized to act as a single entity and recognized as such in law.

Cost – *ціна, вартість* – an amount that has to be paid or spent to buy or obtain something.

Counterparty – *сторона у договорі/контракті, контрагент* – in any financial contract, the persons or institutions entering the contract on the opposite sides of the transaction are called the counterparties.

Court of law – *суд* – judicial body, under control of the public authorities of a country, that has the power by law to render judgement on cases brought before it by parties that are engaged in a lawsuit.

Credit – *кредит* – the money lent or borrowed under a credit arrangement.

Creditor – *кредитор* – a person or company who lends out money to another person or company.

Currency – *валюта* – a system of money in any form, especially paper money that is in general use in a particular country.

Customer – *споживач* – a person who buys goods or services, especially from a shop.

D

Damage – *збиток* – costs and extra expenses one suffers as a result of a breach of contract or a tort committed by another party.

Debit – *дебет* – the opposite of a credit. A debit may be an account entry representing money owed to a lender or money that has been taken from smb's account.

Debt – *борг* – an obligation to repay an amount somebody owes.

Default – *неплатіж, дефолт* – failure to fulfill an obligation, especially to repay a loan in time.

Deficit – *дефіцит* – the amount by which something is less than what is required or expected, especially the amount by which the total money received is less than the total money spent.

Deflation – *дефляція* – a decrease in the general price level of goods and services that occurs when the inflation rate falls below 0% (a negative inflation rate).

Demand – *попит* – the desire of consumers, clients, employers, etc. for a particular commodity, service, or other item.

Deposit – *депозит* – a sum of money placed or kept in a bank account, usually to gain interest.

Deposit account – *депозитний рахунок* – a savings account at a banking institution that allows money to be deposited and withdrawn by the account holder.

Depression – *депресія* – time when there is very little economic activity that causes unemployment and poverty.

Depreciation – *зниження вартості, знецінення* – a reduction in the value of an asset over time, due, for example, to wear, tear, or any other usage e.g. electronic equipment.

Depreciation of currency – *знецінення валюти* – a fall in the price of one currency relative to another.

Deregulation – *дерегуляція, лібералізація (про фінансові ринки)* – the elimination of government restrictions on economic activity in a particular area of business or trade.

Devaluation – *девальвація* – reduction in the value of a currency with respect to those goods, services or other monetary units with which that currency can be exchanged.

Distribution – *дистрибуція* – the process of making a product or service available for use or consumption by a consumer or business user, using direct means, or using indirect means with intermediaries. Product distribution is one of the four elements of the marketing mix that are product, pricing, promotion and distribution.

Diversification - *диверсифікація* – a financial term used to denote an investment strategy in which you spread your investment capital among different sectors, industries, etc. in order to reduce the risk; in Marketing terminology - a corporate strategy to increase sales volume from new products and new markets. Diversification can be expanding into a new segment of an industry that the business is already in, or investing in a promising business outside of the range of the existing business.

Duopoly – *дуополія, монополія двох конкуруючих компаній* – a situation in which two suppliers are the only ones which provide a particular product or service, and which therefore have complete control over an industry.

Duopsony – *дуопсонія* – the market situation when there are only two buyers for a specific product or service.

E

Earnings – *заробіток* – in the case of individual, earnings include salary and other compensation for work, as well as interest, dividends, and capital a person gains from his investments.

E-commerce – *електронна торгівля* – commercial transactions conducted electronically via the Internet and other electronic systems.

Economic cycle – *економічний цикл* – a period during which a country's economy moves from strength to weakness and back to strength. The cycle repeats itself regularly, though not on a fixed schedule and is driven by many forces—including inflation, the money supply, domestic and international politics, and natural events.

Economic development – *економічний розвиток* – the sustained, concerted actions of policymakers and communities that promote the standard of living and economic health of a specific area. Economic development can also be defined as the quantitative and qualitative changes in the economy.

Economic growth – *економічне зростання* – economic growth is the increase in the amount of the goods and services produced by an economy over time. It is conventionally measured as the percent rate of increase in real gross domestic product, or real GDP.

Economic integration– *економічна інтеграція* – the process of unification of economic policies between different states, integration of commercial and financial activities between countries through the abolishment of economic discrimination.

Economics – *економіка (наука)* – the study of the way in which money, industry, and trade are organized in a society.

Economy – *економіка країни* – the system according to which the money, industry, and trade of a country or region are organized.

Embargo – *ембарго* – the partial or complete prohibition of commerce and trade with a particular country.

Employment – *зайнятість* – the fact of having a paid job; the work that is available in a country or area.

Employment contract – *контракт особистого найму, трудовий контракт* – individual employment contract, a contract between two parties, an employer and employee, in which the employee conducts certain activities under the employer's direction, for which the employee receives payments as reward during a certain period of time.

Enterprise – *підприємство* – a company or business, often a small one.

European Union (EU) – *Європейський Союз* – an economic and political association of European countries.

European Central Bank – *Європейський центральний банк* – the central bank of the European Monetary Union (EMU), whose member countries use the euro as their currency.

E-vendor–*продавець, що торгує за допомогою електронних систем*–a person or company, also defined as *e-seller*, offering something for sale via the Internet and other electronic systems.

Exchange rate – *валютний курс*–the exchange rate of a country's unit of currency is the amount of another country's currency that you get in exchange for it.

Export – *експорт* – sales of goods or services abroad, or the revenue from such sales.

Export broker – *брокер з експорту, посередник між продавцем та закордонним покупцем* – a person or firm that helps to locate and introduce buyers and sellers in international business for a commission but does not take part in actual sales transactions.

Export credit insurance – *страхування експортного кредиту* – insurance provided to exporters in order to protect them against commercial and political risks.

Export subsidies – *експортні субсидії* – any form of government payment that helps an exporter or manufacturing company to lower its export costs.

External debt – *зовнішній борг* – also known as *foreign debt or external national debt*, is that part of the total debt of a country that is owed to creditors outside the country.

F

Factory – *фабрика* – a building or group of buildings where goods are manufactured or assembled chiefly by machine.

Financial capital – *фінансовий капітал* – money used by entrepreneurs and businesses to buy what they need to make their products or to provide their services to the sector of the economy upon which their operation is based, i.e. retail, corporate, investment banking, etc.

Financial institution – *фінансова установа*–an institution that provides financial services for its clients or members, e.g. banks, credit unions, insurance companies, pension funds etc.

Financial market – *фінансовий ринок* – a market in which people and entities can trade financial securities, commodities, and other fungible items of value at low transaction costs and at prices that

reflect supply and demand. Securities include stocks and bonds, and commodities include precious metals or agricultural goods.

Firm – *фірма* – a business concern, especially one involving a partnership of two or more people.

Fiscal policy – *фіскальна політика* – the use of government revenue collection (taxation) and expenditure (spending) to influence the economy.

Fiscal year (FY) – *фінансовий рік* – (sometimes mentioned as **financial year** or **budget year**) is a period used for calculating annual financial statements in businesses and other organizations.

Force majeure – *форс-мажор, нездоланна сила* – The title of a standard clause in marine and other contracts exempting the parties for non-fulfillment of their obligations as a result of conditions beyond their control, such as war, strike, acts of God etc.

Foreign aid – *зовнішня допомога* – the transfer of money or resources from one government to another for which no repayment is required.

Foreign direct investment (FDI) – *прямі зарубіжні інвестиції* – direct investment into production or business in a country by a company in another country, either by buying a company in the target country or by expanding operations of an existing business in that country. Foreign direct investment is in contrast to **portfolio investment** which is a passive investment in the securities of another country such as stocks and bonds.

Foreign exchange market – *валютний ринок* – **FOREX, FX, or currency market** is a form of exchange for the global decentralized trading of international currencies.

Free market – *вільний ринок* – a market structure in which the distribution and costs of goods and services are coordinated by supply and demand unhindered by external regulation or control by government or monopolies. A free market contrasts with a **controlled market** or **regulated market**, in which government policy intervenes in the setting of prices.

Free trade – *вільна торгівля* – a policy by which a government does not discriminate against imports or interfere with exports by applying tariffs (to imports) or subsidies (to exports) or quotas.

Free trade zone – *зона вільної торгівлі* – also called **export processing zone** or **foreign-trade zone** is an area designated by the government to which goods may be imported for processing and subsequent export on duty-free basis. Merchandise may be stored, used, manufactured and reexported in a free trade zone without duties being paid and without the intervention of the customs authorities.

Full employment – *повна зайнятість* – also called **the natural rate of unemployment**, the term is used to define the condition in which virtually all who are able and willing to work are employed.

G

G8 (Group of Eight) – *“Велика вісімка”* – the eight leading industrial nations (the US, Japan, Germany, France, the UK, Italy, Canada, and Russia), whose heads of government meet regularly to solve economic, political and social problems.

Global environmental analysis – *аналіз макросередовища* – the analysis of the global environment of a company that is part of a company’s analysis-system, which also comprises various other analyses, like the industry analysis, the market analysis and the analyses of companies, clients and competitors. The global environmental analysis describes the macro environment of a company.

Globalization – *глобалізація* – the process of international integration arising from the interchange of world views, products, ideas, and other aspects of culture. It is also the process by which businesses or other organizations develop international influence or start operating on an international scale.

Gold standard – *золотий стандарт* – a monetary system in which the standard economic unit of account is based on a fixed quantity of gold.

Government – *уряд* – the group of people with the authority to govern a country or state; the system by which a state or community is governed.

Government budget – *державний бюджет* – a summary or a financial plan put forward by the government in which the intended revenues and expenditures of a country are revealed.

Great Depression – *Велика депресія* – a severe worldwide economic depression in the decade preceding World War II. The timing of the Great Depression varied across nations, but in most countries

it started in 1930 and lasted until the late 1930s or middle 1940s. It was the longest, most widespread, and deepest depression of the 20th century.

Gross Domestic Product (GDP) – *валовий внутрішній продукт* – the total value of all the goods a country has produced and the services it has provided in a given period of time. GDP is not to be confused with **gross national product (GNP)** – the total value of all the goods a country has produced and the services it has provided in a particular year, including its income from investments in other countries.

Gross National Product (GNP) – *валовий національний продукт* – the total value of all final goods and services produced within a nation in a particular year, plus income earned by its citizens who are working abroad, minus income of nonresidents located in that country.

H

Holding company – *холдингова компанія* – the term usually refers to a company or firm which does not produce goods or services itself; rather, its purpose is to own shares of other companies.

Household — *домогосподарство* – in economics, a household is a person or a group of people living in the same residence.

Human capital – *людський капітал, людський потенціал* – the stock of competencies, knowledge, social and personality attributes, including creativity, embodied in the ability to perform labor so as to produce economic value.

Human resources management – *кадрова політика; управління людськими ресурсами* – also referred to as **personnel management** is the management of an organization's workforce, or human resources. It is responsible for the selection, training, assessment, and rewarding of employees, while also overseeing organizational leadership and culture, and ensuring compliance with employment and labor laws.

Hyperinflation – *гіперінфляція* – monetary inflation occurring at a very high rate. In such a case, the general price level within an economy rapidly increases as the currency quickly loses real value.

I

Immovable property – *нерухома власність* – also known as **realty**, the term is used to denote property that cannot be moved, such as houses, trees, pieces of land and factories.

Imperfect competition – *недосконала конкуренція* – a type of market structure showing some but not all features of competitive markets. Forms of imperfect competition include: **oligopoly**, in which there are few sellers of a product; **monopolistic competition**, in which there are many sellers producing highly differentiated products.

Import – *імпорт* – the process of bringing goods or services into a country from abroad for sale.

Importer – *імпортер* – a country, firm, or person that buys goods from another country for use in their own country.

Import license – *ліцензія на імпорт* – a license required by some countries to bring in a foreign-made good. In many cases, import licenses are also used by the issuing country to control the quantity of imported items.

Income – *прибуток* – a person's or organization's money that they earn or receive, as opposed to the money that they have to spend or pay out.

Incoterms – *міжнародні умови торгівлі* – **INTERNATIONAL COMMERCIAL TERMS**: a set of rules by International Chamber of Commerce that describe the general terms of international commercial operations.

Industry – *промисловість* – economic activity concerned with the processing of raw materials and manufacture of goods in factories.

Inflation – *інфляція* – a rise in the general level of prices of goods and services in an economy over a period of time. A chief measure of price inflation is the inflation rate, the annualized percentage change in a general consumer price index over time.

Infrastructure – *інфраструктура* – the basic physical and organizational structures and facilities (e.g. buildings, roads, power supplies) needed for the operation of a society or enterprise.

Innovation – *інновація* – a new idea, product or method of doing something.

Innovation management – *управління інноваціями* – innovation managing process which aim is to allow an organization to respond to an external or internal opportunity, and to use its creative efforts to introduce new ideas, processes or products.

Insurance – *страхування* – an arrangement by which a company or the state undertakes to provide a guarantee of compensation for specified loss, damage, illness, or death in return for payment of a specified premium.

Internal debt – *внутрішній борг* – the part of the total debt in a country that is owed to lenders within the country.

International business – *міжнародний бізнес* – term used to describe all commercial transactions (private and governmental, sales, investments, logistics, and transportation) that take place between two or more regions, countries and nations beyond their political boundary, sometimes associated with the term *international trade or foreign trade*.

International business management – *менеджмент зовнішньоекономічної діяльності* – a wide range of professional activities performed by international business managers, connected with planning, organizing, staffing, directing, and controlling all commercial transactions that take place between two or more countries or nations. The term is also used to define a branch of economic science that studies all the aspects of international economic relations of a country, e.g. foreign trade, exports and imports, investments, currency exchanges, loans, international barter operations, international business strategies, etc. This branch of economic science investigates the questions of micro- and macroeconomics, finance, marketing, international business law etc. There exists an uncertainty among Ukrainian economists and linguists concerning the correlation between the Ukrainian term “менеджмент зовнішньоекономічної діяльності” and the corresponding English equivalents. That is why the terms “Management of foreign economic activities”, “International management”, “Foreign trade” are used and often regarded as identical.

International Chamber of Commerce (ICC) – *Міжнародна торгова палата* – the largest and the most representative business organization in the world which was founded in 1919 to serve world business by promoting trade and investment, open markets for goods and services, and the free flow of capital. The UN, the World Trade Organization, and many other intergovernmental bodies, both international and regional, are kept in touch with the views of international business through ICC.

International Labour Organization (ILO) – *Міжнародна організація праці* – a United Nations' agency dealing with labour issues, particularly international labour standards and decent work for all.

International law – *міжнародне право* – a body of rules established by custom or treaty and recognized by nations as binding in their relations with one another.

International Monetary Fund (IMF) – *Міжнародний валютний фонд (МВФ)* – an international organization that was formally established in 1945 by 29 member countries. The organization's stated objectives are to promote international economic cooperation, secure financial stability, facilitate international trade, promote high employment and sustainable economic growth, and reduce poverty around the world.

International Organization for Standardization (ISO) – *Міжнародна організація із стандартизації* – a worldwide federation of national standardization bodies of more than 140 countries. Established as a nongovernment organization in 1947, it develops international standards and publishes them. All branches other than electrical engineering standards are within the scope of the ISO.

International Private Law – *міжнародне приватне право* – law that gives rules on how to deal with legal problems arising out of different legal systems that apply to legal relationships between parties that are domiciled in different countries.

International trade – *міжнародна торгівля* – exchange of capital, goods, and services across international borders or territories, typically through exporting and importing.

Internet shop – *Інтернет-магазин* – a form of electronic commerce which allows consumers to buy goods or services from a seller over the Internet using a web browser.

Investor – *інвестор, вкладник капіталу* – a person or organization that buys stocks or shares, or pays money into a bank in order to receive a profit.

Irrevocable offer – *безповоротна пропозиція* – a business offer that has become valid and cannot be cancelled by the offerer, due to the content of the offer. The offer remains valid and cannot be cancelled, i.e. because of the period of time mentioned in the offer.

J

Joint venture – *спільне підприємство* – a form of collaboration between two or more firms to create a jointly owned enterprise.

Jurisdiction – *юрисдикція; повноваження, влада* – the official power and right of an authority to apply the law in a given territory.

K

Know-how agreement – *угода про ноу-хау* – contract in which one party provides another party with technological or management knowledge about how to design, manufacture, or deliver a product or a service.

L

Label – *ярлик, етикетка* – a small piece of paper, fabric, plastic, or similar material attached to an object and giving information about it e.g. about the seller, supplier, designer etc.

Labour – *праця* – work, especially physical work; workers, especially manual workers, considered collectively.

Labour union – *профспілка* – an organization of workers who have banded together to achieve common goals such as achieving higher pay, increasing the number of employees an employer hires, and better working conditions. In order to achieve these goals the members of these associations or unions initiate the negotiation of wages, work rules, complaint procedures, rules governing hiring, benefits, workplace safety and policies.

Labour-market – *ринок праці* – all the people who are able to work and want to be employed in a country or area, in relation to the number of jobs that are available in that country or area.

Land cadaster – *земельний кадастр* – a register of property showing the extent, value, and ownership of land for taxation. A cadastre commonly includes details of the ownership, the tenure, the precise location (some include GPS coordinates), the dimensions, the cultivations if rural, and the value of individual parcels of land.

Law of demand – *закон попиту* – a basic principle that states that there exists an inverse relation between the price of a commodity and the quantity demanded. In other words, as the price of a product increases, a lower quantity will be demanded by the customers; conversely, as the price of a product decreases, a higher quantity will be demanded.

Law of supply – *закон пропозиції* – a fundamental principle of economic theory which states that, all else equal, an increase in price results in an increase in quantity supplied. In other words, there is a direct relationship between price and quantity: quantities respond in the same direction as price changes. This means that producers are willing to offer more products for sale on the market at higher prices by increasing production as a way of increasing profits.

Letter of intent – *лист про наміри* – a document containing a declaration of the intentions of the parties involved in negotiations which is regarded as a draft version of the final agreement.

Loan – *позика* – in finance, a loan is a debt evidenced by a note which specifies, among other things, the principal amount, interest rate, and date of repayment. A loan entails the reallocation of the subject asset(s) for a period of time, between the lender and the borrower.

Logistics – *логістика* – the management of the flow of resources between the point of origin and the point of consumption in order to meet some requirements, for example, of customers or corporations. The resources managed in logistics can include physical items, such as food, materials, equipment, liquids, and staff, as well as abstract items, such as time, information, particles, and energy.

Luxury goods – *предмети розкоші* – products and services that are not considered essential and are associated with affluence.

Luxury tax – *податок на розкіш* – a tax on luxury goods: products not considered essential.

M

Macroeconomics – *макроекономіка* – one of the two most general fields in economics dealing with the performance, structure, behavior, and decision-making of an economy as a whole, rather than individual markets. This includes national, regional, and global economies.

Management – *менеджмент* – the process of coordinating the efforts of people to accomplish desired goals and objectives using available resources efficiently and effectively. Management comprises **planning, organizing, staffing, leading** or directing, and **controlling** an organization, a company or people.

Manager – *менеджер* – a person who is responsible for controlling or administering all or part of a company or similar organization.

Market – *ринок* – one of the many varieties of systems, institutions, procedures, social relations and infrastructures whereby parties engage in exchange of goods and services.

Market analysis – *аналіз ринку* – studies the attractiveness and the dynamics of a special market within a special industry. It is part of the industry analysis and this in turn of the global environmental analysis.

Market structure – *структура ринку* – a classification system for the key traits of a market, including the number of firms, the similarity of the products they sell, and the ease of entry into and exit from the market.

Market value – *ринкова вартість* – the amount for which something can be sold on a given market.

Marketing – *маркетинг* – the process of communicating the value of a product or service to customers, for the purpose of selling the product or service. It includes market research and advertising.

Maturity date – *дата погашення* – a financial term used to denote the day on which a bond's term ends, and its issuer repays the principal and makes the final interest payment.

Merger – *поглинання* – a combination of two separate companies or organizations so that they become one.

Microeconomics – *мікроекономіка* – a branch of economics that is concerned with individual areas of economic activity, such as those within a particular company or relating to a particular market.

Mobile banking – *мобільний банкінг* – a method of using one's mobile phone to conduct banking transactions.

Monetary policy – *монетарна політика* – the process by which the monetary authority of a country controls the supply of money, often targeting a rate of interest for the purpose of promoting economic growth and stability. The official goals usually include relatively stable prices and low unemployment.

Money – *гроші* – medium of exchange in the form of coins and banknotes.

Monopolistic competition – *монополістична конкуренція* – a type of imperfect competition when many producers sell products that are highly differentiated from one another as goods and are not perfect substitutes. In monopolistic competition, a firm ignores the impact of its own prices on the prices of other firms.

Monopoly – *монополія* – the exclusive advantage when a company, person, or state is the only supplier of a particular commodity and has complete control over it, so that it is impossible for others to become involved in it or influence on it.

Monopsony – *монопсонія, монополія покупця* – a market situation when there is only one buyer of a certain product or service. As a result, the buyer has the opportunity to affect the prices.

Multinational company – *транснаціональна компанія* – a corporation that is registered in more than one country or that has operations in more than one country. It is a large corporation which both produces and sells goods or services in various countries. It can also be referred to as an **international corporation**.

Multipack – *групова тара* – a package containing a number of similar or identical products sold at a lower price compared to the price when bought separately.

Mutual interdependence – взаємозалежність – a situation or condition in which an action by one firm may cause a reaction from other firms.

N

National currency – національна валюта – monetary unit, which is issued by the National Bank and is the official means of payment in the country.

National income – національний дохід – the total amount of money earned within a country.

Nationalization – націоналізація – the process of taking a private industry or private assets into public ownership by a national government or state.

Natural resources – природні ресурси – all the materials or substances such as minerals, forests, water, fertile land, energy sources and minerals that occur in nature and can be used for economic gain.

Negative income tax (NIT) – негативний прибутковий податок – a progressive income tax system under which people earning below a certain level of income receive supplemental payments from the government that decrease as their incomes increase.

Negotiations – переговори – period of time during which parties, through making offers and counter offers discuss the content of a future agreement.

Nominal value – номінальна вартість – the value that is stated on currency; face value; the price of a share, bond, or security when it was issued, rather than its current market value.

Nonprice competition – нецінова конкуренція – the situation in which two or more firms compete using advertising, packaging, product development, better quality, and better service, rather than lower prices to increase demand for their products.

Nonprofit organization (a nonprofit) – некомерційна організація – charitable, educational, professional, scientific or other organization not making or not established primarily to make a profit.

Nullification of contract – анулювання контракту – declaration of one of the two parties of a contract that it considers their contract to be null and void, i.e. when the contract is cancelled as a result of a fundamental breach of contract by the other party.

O

Offer – пропозиція – a proposal to make an agreement which contains a description of the object and price.

Offeree – адресат оферти – he who receives the offer made by another person.

Offerer – оферент – he who makes an offer to another person.

Oligopoly – олігополія – a market form in which a market or industry is dominated by a small number of sellers.

Online banking – он-лайн банкінг – a term used for performing multiple transactions, payments etc. via the Internet.

Online consumer – он-лайн споживач – a person who purchases goods and services for personal use via the Internet.

Online retailing – торгівля он-лайн – a form of electronic commerce which allows consumers to buy goods or services from a seller over the Internet using a web browser, usually in relatively small quantities for use or consumption rather than for resale.

Online transaction – он-лайн операція – an instance of online buying or selling something; a business deal concluded via the Internet.

Open market – відкритий ринок – an unrestricted market with free access and competition of sellers and buyers.

Ownership – власність – the act, state, or right of possessing something.

P

Perfect (pure) competition – досконала конкуренція – the term is used to describe markets such that no participants are large enough to have the market power to set the price of a homogeneous product and all elements of monopoly are absent due to numerous buyers and sellers involved.

Perfect substitute – *ідеальний замітник* – it is possible to regard a good as perfect substitute for another good only if it can be used in exactly the same way.

Personal income (PI) – *особисті доходи* – the total income received by an individual or households that is available for consumption, saving, and payment of personal taxes.

Personalty – *рухоме майно* – the opposite to the term **realty** that means personal, movable property.

Poverty line – *межа бідності* – the estimated minimum level of income necessary for a person or a family to secure the necessities of life.

Preliminaries – *попередні переговори, прелімінарії* – discussions and activities that take place at the beginning of negotiations between two or more parties, often as a form of preparation taking place before the main stage of negotiations.

Present value – *поточна вартість* – also known as **present discounted value**, is a future amount of money that has been discounted to reflect its current value, as if it existed today.

Price – *ціна* – the amount of money expected, required, or given in payment for something.

Price discrimination – *цінова дискримінація* – also known as **price differentiation**, is the action of selling the same product at different prices to different buyers, in order to maximize sales and profits.

Price floor – *мінімальна ціна* – a legally established minimum price of a good or service.

Price level – *ціновий рівень* – a hypothetical measure of overall prices for some set of goods and services, in a given region during a given interval.

Price leadership – *цінове лідерство* – a pricing strategy in which a dominant firm sets the price for a certain good or service and the other firms follow.

Price taker – *економічний суб'єкт, який не справляє впливу на ринкову ціну* – a seller that has no opportunity to control or to have influence on the price level of the product or service the seller offers.

Private property – *приватна власність* – the ownership of property by non-governmental legal entities.

Private sector – *приватний сектор* – the part of a country's economy which consists of industries and commercial companies that are not owned or controlled by the government.

Privatization – *приватизація* – the process of transferring ownership of a business, enterprise, agency, public service or public property from the public sector (a government) to the private sector.

Product – *продукт* – something that is produced and sold in large quantities, often as a result of a manufacturing process.

Profit – *прибуток* – a financial gain, especially the difference between the amount earned and the amount spent in buying, operating, or producing something.

Progressive tax – *прогресивний податок* – a tax in which the tax rate increases as income rises.

Proportional tax – *пропорційний податок* – also known as a **flat tax**, is a tax in which the tax rate remains the same, regardless of the size of income.

Protectionism – *протекціонізм* – protection of local industries through tariffs, quotas, and regulations that discriminate against foreign businesses.

Public debt – *державний борг* – also known as **public debt** and **national debt** is the debt owed by a central government.

Public property – *державна власність* – the ownership of property by a governmental entity.

Public sector – *державний сектор* – the part of a country's economy which is controlled or supported financially by the government. The components of the public sector vary in different countries, but in most countries the public sector includes such services as the police, military, public roads, public transit, primary education and healthcare for the poor.

Public utility – *комунальне підприємство, комунальна служба* – an organization that maintains the infrastructure for a public service; the set of services provided by these organizations consumed by the public: electricity, natural gas, water and sewage etc.

Purchasing power – *купівельна спроможність* – the amount of goods or services that can be purchased with a unit of currency.

Q

Quality of life – *якість життя* – the term, used in a wide range of contexts (including the fields of international development, healthcare, and politics), that describes the general well-being of individuals and societies.

Quantitative restriction – *кількісне обмеження* – a governmental act of a country which restricts the import or export of a product from another country by amount or by value or for a certain period of time.

Quantity theory of money – *кількісна теорія грошей* – a theory in monetary economics which states that money supply has a direct, proportional relationship with the price level.

Quota – *квота* – the limited number or quantity of something which is officially allowed.

R

Recession – *економічний спад, рецесія* – a period of temporary economic decline during which trade and industrial activity are reduced, generally identified by a fall in GDP in two successive quarters.

Regressive tax – *регресивний податок* – a tax imposed in such a manner that the tax rate decreases as the amount of subject to taxation increases. In terms of individual income and wealth, a regressive tax imposes a greater burden on the poor than on the rich as there is an inverse relationship between the tax rate and the taxpayer's ability to pay as measured by assets, consumption, or income.

Renewable resources – *відновлювані ресурси* – natural resources that can replenish with the passage of time, either through biological reproduction or other naturally recurring processes.

Resources – *ресурси* – a stock or supply of money, materials, staff, and other assets that can be used by a person or organization in order to function effectively.

Revaluation – *ревальвація* – a change of a price of goods or products. The term is also specially used as revaluation of a currency, where it means a rise of currency to the relation with a foreign currency in a fixed exchange rate.

Revenue – *дохід* – income, especially when of an organization and of a substantial nature.

Risk – *ризик* – a situation involving exposure to danger; the effect of uncertainty on objectives, whether positive or negative.

Risk management – *керування ризиком* – the identification, assessment, and prioritization of risks followed by coordinated and economical application of resources to minimize, monitor, and control the probability or impact of unfortunate events.

S

Sale – *продаж; збут; розпродаж за зниженими цінами* – the exchange of a commodity for money; an event for the rapid disposal of goods at reduced prices for a period of time, especially at the end of a season.

Sales tax – *податок на прибутки від продажу* – a tax paid to a governing body for the sales of certain goods and services. Usually laws allow the seller to collect funds for the tax from the consumer at the checkout.

Savings bank – *ощадний банк* – a financial institution aimed at accepting savings accounts and paying interest to depositors.

Savings deposit – *ощадний внесок* – accounts maintained by retail financial institutions that pay interest but cannot be used directly as money in the narrow sense of a medium of exchange.

Sender – *вантажовідправник* – also called a **consignor**, is a person, in most cases also the seller of the goods, responsible for sending the goods to the consignee. The sender closes a contract of carriage with a carrier.

Services – *послуги* – non-material, intangible economic goods which, in some cases, require the physical presence of the customer, as for example with hairdressing, medical treatment or live entertainment. In other cases services can be performed at a distance: e.g., legal representation, insurance etc.

Shareholder – *акціонер; пайовик* – an owner of shares in a company.

Small business – *малий бізнес, мале підприємство* – normally privately owned firms, small stores, partnerships or sole proprietorships. E.g. bakery, delicatessen, hairdressers, lawyers, restaurants, guest

houses, photographers, small-scale manufacturing, and online business, such as web design or programming, etc.

Socialism – соціалізм – a political and economic theory of social organization which advocates that the means of production, distribution, and exchange should be owned or regulated by the community as a whole. The main aim of socialist ideology is to create a system in which everyone has an equal opportunity to benefit from a country's wealth. Under socialism, the country's main industries are usually owned by the state.

Stagflation – стагфляція – persistent high inflation combined with high unemployment, low economic growth and stagnant demand for goods.

Stakeholder – зацікавлена сторона – people who have an interest in a company's or organization's affairs (shareholders, employees, suppliers, customers, or members of the wider community who could be affected by environmental consequences of an organization's activities).

Standard of living – рівень життя – the term that is closely related to **quality of life** and refers to the level of wealth, comfort, material goods and necessities available to a certain socioeconomic class in a certain geographic area. The standard of living includes factors such as income, quality and availability of employment, class disparity, poverty rate, quality and affordability of housing, hours of work required to purchase necessities, gross domestic product, inflation rate, number of vacation days per year, affordable (or free) access to quality healthcare, quality and availability of education, life expectancy, incidence of disease, cost of goods and services, infrastructure, national economic growth, economic and political stability, political and religious freedom, environmental quality, climate and safety.

Stock exchange – фондова біржа – a market in which securities are bought and sold.

Strategic management – стратегічний менеджмент – a managerial activity which provides overall direction to the enterprise analyzes the major initiatives taken by a company's top management on behalf of owners, involving resources and performance in internal and external environments. It implies specifying the organization's mission and objectives, developing policies and plans, often in terms of projects and programs, which are designed to achieve these objectives.

Subsidy – субсидія – a grant or other financial assistance paid by a government or other authority in order to help an industry or business, or to pay for a public service.

Substitute goods – взаємозамінювані товари – goods which, as a result of changed conditions (e.g. when the price of one good changes), may replace each other in consumption.

Supranational organization – наднаціональна організація – the European Community is the only example in the world of an organization which comes closest to what is referred to as a supranational organization, i.e. an organization that is higher than the states that built it, due to the voluntary transfer of sovereignty to this organization.

T

Tariff – тариф – a tax or duty that a government collects on a particular class of imports or exports.

Tax – податок – a compulsory contribution to state revenue, imposed by the government on workers' income and business profits or added to the cost of some goods, services, and transactions.

Tax audit – податковий аудит – the examination of a business or individual tax return by a state tax authority.

Taxation – оподаткування – the system by which a government takes money from individuals and businesses and spends it on things such as education, health, defence, pension grants etc.

Technology – технологія – the application of scientific knowledge for practical purposes, especially in industry.

Telephone banking– банкінг за телефоном – a service which allows its customers to perform transactions over the telephone with automated attendant or when requested with telephone operator.

Time deposit – строковий внесок – a kind of money deposit in a bank account that cannot be withdrawn before a set date or period of time (unless a penalty is paid).

Time management – управління часом, тайм менеджмент – the act or process of planning and exercising conscious control over the amount of time spent on specific activities, especially to increase effectiveness or productivity.

Tort – *цивільне правопорушення* – a wrongful act committed by a private party against another private party, thus acting in conflict with statutory law and resulting in damage to another party.

Trade – *торгівля* – the activity of buying and selling goods and services

Trade barriers – *торгівельні обмеження* – government-induced restrictions on international trade including tariffs, import and(or) export licenses and quotas, subsidies, embargo, etc.

Trade deficit – *зовнішньоторговий дефіцит, дефіцит торгового балансу* – informally a **trade gap**, this term denotes a negative balance in terms of relationship between a nation's imports and exports – the amount by which the cost of a country's imports exceeds the value of its exports.

Trademark – *торгова марка* – a symbol, logo, or name used to enable the customers to identify the supplier of goods.

Trade surplus – *активний торговий баланс, перевищення експорту над імпортом* – the amount by which the value of a country's exports exceeds the cost of its imports.

Transaction – *комерційна операція; угода* – an instance of buying or selling something; a business deal, agreement or communication between a buyer and a seller to exchange money, goods, services, information etc.

Transportation – *перевезення, транспортування* – a system or means of transporting people or goods.

Treaty – *договір, угода* – a written agreement between two or more states, or between states and international organizations.

U

Unemployed – *безробітний* – a person without a paid job but available to work.

Unemployment – *безробіття* – the state of being unemployed; the number or proportion of unemployed people.

Unemployment compensation – *допомога по тимчасовому безробіттю* – the government insurance program that pays money that substitutes for wages or salary and is paid for a short time period to unemployed workers.

Unemployment rate – *рівень безробіття* – the ratio of the total number of unemployed persons to the total number of persons in the labor force.

Unsustainable debt – *нестійкий зовнішній борг* – a financial condition in which a country is unable to service its foreign (external) debt without decimating its economy.

V

Value – *вартість* – the importance or preciousness of something; the maximum amount of money a specific actor is willing and able to pay for the good or service.

Value-added reseller – *фірма-перепродавець* – a company that purchases products from a variety of sources to produce a new finished product for sale or just adds extra features to products it has bought before reselling them usually to end-users.

Variable cost – *змінні витрати* – expenses that change in proportion to the activity of a business. Variable cost varies directly with volume and is zero when production is zero.

Venture capital – *ризиковий капітал; венчурний капітал* – an investment in a start-up business that has a high risk of failure, but will bring large profits if it is successful.

Video banking – *відео банкінг* – is a term used for performing banking transactions or professional banking consultations via a remote video and audio connection.

W

Wage – *заробітна плата* – a fixed regular payment, typically paid on a daily or weekly basis, made by an employer to an employee, especially to a manual or unskilled worker.

Warehouse receipt – *складська розписка; товарна квитанція* – a receipt issued by a warehouse listing the goods received.

Welfare aid – *соціальне забезпечення* – a governmental provision of a minimal level of well-being and social support for all citizens, sometimes referred to as **public aid**.

Withdrawal of an offer – відкликання, скасування пропозиції – preventing an offer from becoming a valid offer by using a faster means of communication than the one used for the offer itself in order to cancel one's own offer. Possible up to and including the moment the offer reaches the offeree.

Workforce productivity – продуктивність праці – the term, also known as **labour productivity**, which denotes the amount of goods and services that a worker produces in a given period of time.

World Bank (International bank for reconstruction and development) – Світовий Банк (Міжнародний банк реконструкції та розвитку) – an international banking organization established to control the distribution of economic aid between member nations, and to make loans to them in times of financial crisis.

World Trade Organization (WTO) – Світова Організація Торгівлі – an international organization that encourages and regulates trade between its member states by reducing tariffs and other restrictions.

X

Xenophobia – ксенофобія – intense and unreasonable dislike or fear of people from other countries.

X-inefficiency – ікс-неефективність – the concept was first introduced by Harvey Leibenstein, a Ukrainian-born American economist. It is the difference between efficient behavior of firms assumed or implied by economic theory and their observed behavior in practice. If a firm is producing the maximum output it can, given the resources it employs, such as men and machinery, and the best technology available, it is said to be technical-efficient. X-inefficiency occurs when technical-efficiency is not being achieved due to a lack of competitive pressure.

Y

Y2K problem – проблема 2000 року – the abbreviation used to refer to the year 2000 computer problems resulting from the use of two-digit year inputs. Left uncorrected, computers would have recognized the input 00 to mean 1900 and not 2000.

Yield to maturity – дохідність до погашення – maturity yield or redemption yield is the internal rate of return earned by an investor who buys the bond today at the market price, assuming that the bond will be held until maturity, and that all coupon and principal payments will be made on schedule.

Youth marketing– молодіжний маркетинг – a term used in the marketing and advertising industry to describe activities to communicate with young people, typically in the age range of 12 to 34.

Youth unemployment – безробіття серед молоді – the lack of job opportunities for young people.

Z

Zero inflation – нульова інфляція – the absence of increase or decrease in the general price level of goods and services, the inflation rate equal to 0%.

Zero interest-rate policy (ZIRP) – нульова політика щодо відсоткових ставок – a macroeconomic concept describing conditions with a very low nominal interest rate, it can be associated with slow economic growth. Under ZIRP, the central bank maintains a 0% nominal interest rate.

Zeitgeist – дух часу – a German expression that can be interpreted to mean “the spirit of time.” It indicates the general intellectual state and outlook of an era or generation shown by the ideas and beliefs that are generally common at that time.

Додаток И

Розгляд поглядів зарубіжних дослідників щодо сутності та складових комунікативної компетентності особистості.

Jack C. Richards, Richard Schmidt: “communicative competence – knowledge of not only if something is formally possible in a language, but also the knowledge of whether it is feasible, appropriate, or done in a particular speech community” [214, с. 90].

Kathleen S. Verderber, Rudolph F. Verderber, Deanna D. Sellnow (USA): “Communication competence is the impression that communicative behavior is both appropriate and effective in a given situation” [228, с. 90].

Myron W. Lustig, Jolene Koester (USA): “communicative competence is a social judgment about how well a person interacts with others” [206, с. 65].

За поглядами лінгвіста П. Бурдьє (Pierre Bourdieu, France) компетентність у володінні мовою – “capacity to produce expressions which are appropriate for particular situations, that is, a capacity to produce expressions “à propos” [182, с. 7].

Jack C. Richards (USA) розрізняє граматичну компетентність та комунікативну компетентність, та визначає першу як знання різноманітних граматичних правил, а другу – як здатність використовувати мову для змістової комунікації [213, с. 3].

Richter Borbála (Hungary) розуміє комунікативну компетентність як “знання правил мови та здатність застосовувати дану мову доречно” [181, с. 200].

Однак, наведені вище визначення не вичерпують усіх можливих формулювань, більше того, триває дискусія серед західних науковців щодо складових комунікативної компетентності .

Так, за **M. Celce-Murcia** комунікативна компетентність розглядається складним комплексом наступних компонентів: “*linguistic competence*” , “*sociocultural competence*”, “*discourse competence*”, “*strategic competence*”, “*interactional competence*”, “*formulaic competence*”, де остання компетенція розуміється як “противага до лінгвістичної компетенції” та має на увазі володіння типовими фразами, кліше, ідіомами й ін. [187, с. 41 – 57].

Sandra J. Savignon використовує термін “комунікативна компетентність” для визначення здатності учнів, вивчаючих мову в аудиторних умовах, взаємодіяти з іншими мовцями, порозумітися [218, с. 3]. Вчена виокремлює:

“**Sociocultural competence** requires an understanding of the social context in which language is used: the roles of the participants, the information they share, and the function of the interaction.

Strategic competence – the coping strategies that we use in unfamiliar contexts, with constraints arising from imperfect knowledge of rules, or such impediments to their application as fatigue or distraction, are represented as strategic competence.

Discourse competence is concerned not with isolated words or phrases but with the interconnectedness of a series of utterances or written words or phrases to form a text, a meaningful whole.

Grammatical competence – refers to sentence-level grammatical forms, the ability to recognize the lexical, morphological, syntactical and phonological features of a language and to make use of those features to interpret and form words and sentences.” [218, с. 9 – 10].

Згідно поглядів лінгвістів **M. Canale** та **M. Swain**: “*Communicative competence* is composed minimally of *grammatical competence*, *sociolinguistic competence*, and communication strategies, or what we will refer to as *strategic competence*”. “*Grammatical competence* includes knowledge of lexical items and of rules of morphology, syntax, sentence-grammar semantics, and phonology”. “*Sociolinguistic competence*... is made up of two sets of rules: sociocultural rules (specify the ways in which utterances are produced and understood *appropriately*) and rules of discourse (viewed in terms of cohesion (i.e. grammatical links) and coherence (i.e.) appropriate combination of communicative functions) of groups of utterances. ” “*Strategic competence* ... is made up of verbal and non-verbal communication strategies that may be called into action to compensate for breakdowns in communication due to ... insufficient competence.” [185, с. 27 – 29].

K.M. Bailey про сутність даного феномена пише наступне: “**Communicative competence** – the ability to interact successfully with other speakers using : **linguistic**

competence – control over the grammar, words, and sounds of a language; **sociolinguistic competence** – the ability to use language appropriately in various contexts; **discourse competence** – how sentence elements are tied together, which includes both cohesion and coherence; **strategic competence** – the learner’s ability to use language strategies to compensate for gaps in linguistic skills and knowledge.” [180, с. 189-194].

За висновками **Muriel Saville-Troike**, комунікативна компетентність складається з трьох компонентів: лінгвістичні знання (“linguistic knowledge”) – фонологічні, граматичні, лексичні знання, а також паралінгвістичні та невербальні засоби комунікації; інтеракційні уміння (“interaction skills”) – “...(they) consist of social conventions which regulate the use of language and other communicative devices in particular settings.” Знання культури (“cultural knowledge”, “cultural competence”) – “linguistic behaviour requires knowing the cultural meaning in which it is embedded.” [219, с. 363 - 368].

William T. Littlewood говорить про основні чотири групи умінь, які складають комунікативну компетентність людини:

The learner must attain as high a degree as possible of linguistic competence. That is, he must develop skill in manipulating the linguistic system, to the point where he can use it spontaneously and flexibly in order to express his intended action.

The learner must distinguish between the forms which he has mastered as part of his linguistic competence, and the communicative functions that they perform. In other words, items mastered as part of a linguistic system must also be understood as part of a communicative system.

The learner must develop skills and strategies for using language to communicate meaning as effectively as possible in concrete situations. He must learn to use feedback to judge his success, and, if necessary, remedy failure by using different language.

- The learner must become aware of the social meaning of language forms. For many learners this may not entail the ability to vary their own speech to suit different social circumstances, but rather the ability to use generally acceptable forms and avoid potentially offensive ones. [204, с. 6].