

заходів положенням теорії маркетингу, знаходити позитивні та негативні аспекти у відхиленнях від нормативної теорії, встановлювати причинно-наслідкові зв'язки між успішністю/ неуспішністю діяльності підприємства та вжитими маркетинговими заходами;

— креативність: уміння нетривіально підходити до прийняття рішень як використовуючи елементи відомих алгоритмів та методик, так і створюючи принципово нові;

— комунікативні навички (культура усного й письмового мовлення), які є необхідними при формулюванні, відстоюванні та донесенні до колег суті прийнятих рішень, а також при комунікаціях із зовнішніми контактними аудиторіями.

Оцінювання підготовки студентів з дисципліни «Маркетинг» за цими сферами надасть як викладацькому складу, так і потенційним роботодавцям адекватний й об'єктивний портрет майбутнього фахівця як особи, що здатна приймати рішення у сфері маркетингу, використовуючи найефективніші з типових алгоритмів та методик, створюючи нові, залучаючи досвід інших підприємств та організацій, встановлюючи ефективну комунікацію із зацікавленими особами.

Червінська Л. М., старш. викл.
кафедри іноземних мов факультету
управління персоналу та маркетингу

ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРАКТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ВИКЛАДАННІ ДІЛОВОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ НА СТАРШИХ КУРСАХ

Сучасне ділове середовище вимагає від бізнесмена та державного чиновника вміння професійно спілкуватися на іноземній мові, а здебільшого на англійській мові, легко, вільно, грамотно, відповідно до викликів суспільства, яке все більше глобалізується. Завданням викладача англійської мови вищого економічного навчального закладу є навчити студентів новітнім навичкам та вмінням ділового спілкування. Викладачами кафедри іноземних мов факультету управління персоналу та маркетингу були оновлені програмні матеріали курсу Ділова англійська мова (поглиблене вивчення) з урахуванням цих потреб та викликів сучасного ділового світу. Викладачі кафедри широко викорис-

товують новітні підручники та посібники, серед яких повний курс підручників з ділової англійської мови для 1, 2, 3, 4 курсів видавництва Express Publishing Market Leader та Intelligent Business. Крім того, викладачі активно використовують на заняттях методичні розробки кафедри уроків-кейсі, презентацій, дилем тощо. Студенти старших курсів, які навчаються за поглибленою програмою, мають достатній загальний рівень знань як з фахових дисциплін, так і з англійської мови, тому виявляють неабияку зацікавленість, коли їм пропонують підготувати та презентувати кейс або дилему, особливо, коли викладач заохочує роботу в невеликих групах. Наприклад, на старших курсах студенти поглиблено та ґрунтовно вивчають теми Фінансові та банківські системи Великої Британії, США та України. При суґестивному підході до викладання цієї теми, студенти не виявляють особливої зацікавленості, працюючи виключно заради оцінки. Розглянемо, як можна зацікавити студентів, запропонувавши їм урок –дилему. В курсі підручника Intelligent Business у розділі Going Public студенти знайомляться з роботою фондової біржі та посередницьких брокерських фірм у США. Після того, як були розглянуті всі основні етапи виходу великих компаній на фінансові ринки, обговорені переваги та недоліки діяльності посередницьких компаній, студентам було запропоновано вирішити дилему: Як би ви вчинили як відповідальний співробітник компанії, якщо б вам довелося збрехати або замовчати правду про нестабільний фінансовий стан вашої компанії і мати від цього певний матеріальний зиск, або відкрити правду перед вашими партнерами та акціонерами, що могло призвести до руйнівних наслідків у вашій кар'єрі? Після обговорення цієї дилеми в формі загальної дискусії, де студенти пропонують своє бачення цієї проблеми, яке, доречі, є дуже різним, вони самі формують малі групи, в яких вони будуть остаточно презентувати рішення дилеми. Викладач пропонує підібрати матеріали по великим компаніям, які стикалися з такою проблемою та підготувати кейс по компаніям, де цю дилему було вирішено через примусове оприлюднення правдивої інформації, що врешті решт призвело до фінансового скандалу, а також інший кейс по компаніям, де правда не була оприлюднена, а відкрилась лише через багато років, коли всі події стали надбанням історії. Треба також зазначити, що студенти використовують комп'ютер при підготовці та презентуванні своїх групових або самостійних робіт, приносять на заняття свої власні ноутбуки, підкріплюють свої виступи ілюстративним документальним матеріалом. На-

приклад, при вирішенні цієї дилеми було підготовлено біля десяти кейсів по відомим транснаціональним компаніям.

При вивченні інших тем програми з ділової англійської таких як Маркетинговий комплекс та Основні концепції маркетингу в розділі «Що таке бренд?» студентам була запропонована дискусія-круглий стіл на тему «Ваше відношення до потужних брендів, які використовують аутсорсинг». Студенти дослідили десятки великих виробників брендів, розглянули економічні та соціальні аспекти аутсорсингу та представили свої висновки у формі комп'ютерних презентацій.

Застосування різних інтерактивних практик на заняттях по кожному розділу програми безумовно сприяє розвитку надійних навичок та вмінь студентів логічно та грамотно висловлювати свої думки англійською мовою, вести дискусію, концептуалізувати економічну або соціально-політичну проблему та представити варіанти її рішення, що сприяє також підвищенню особистої мотивації студентів. Такі заняття запам'ятовуються як яскраві картинки, тому в майбутньому студенти будуть охоче долучатися до роботи в великих та малих групах або в командах та презентувати результати своєї роботи перед більшою аудиторією, наприклад перед своїми колегами з інших груп. Такі види занять також вже були апробовані викладачами кафедри та були позитивно оцінені студентською аудиторією, крім того, безумовно сприяли підвищенню навчальної активності.

Червінська Л. П., д-р екон. наук, професор кафедри управління персоналом та економіки праці

ДО ПИТАННЯ ТЕСТОВОЇ МЕТОДОЛОГІЇ ОЦІНКИ ЗНАТЬ

З метою виявлення усталених знань студентів із сучасної проблематики економічної науки доцільно використовувати тестування. Останнє має важливе значення для формування якісного світогляду економістів будь-якої спеціальності та забезпечує оцінку набутих під час навчання знань з відповідної галузі, які майбутній фахівець буде використовувати у практичній діяльності. Зростання актуальності тестової оцінки знань також пояснюється проблемою входження України до Болонського процесу.