



Рис. 2. Модель підготовки конкурентоздатного фахівця в рамках стратегії розвитку вищого навчального закладу

Література

1. Гримблат С. О., Сосин И. К. Проблемы оптимизации высшего образования (на модели менеджмента и психологии): Монография. — Х.: Факт, 2004. — 720 с.
2. Инновационные технологии в гуманитарном вузе / [Носков В. И., Кальянов А. В., Мирошниченко О. В. и др.]. — Донецк : ООО «Лебедь», 2002. — 288 с.
3. Чистикова В. М. Предпосылки интегративно-модульного подхода к содержанию профессиональной подготовки специалистов технического профиля / В. М. Чистикова // Инновации в образовании. — 2008. — №1. — С. 4—18.

Чеботарьова Л. І., канд. пед. наук, доцент кафедри іноземних мов факультету МЕіМ

ВИКОРИСТАННЯ АВТЕНТИЧНИХ МАТЕРІАЛІВ СТУДЕНТАМИ ФАКУЛЬТЕТУ МЕіМ ПРИ ВИВЧЕННІ ДІЛОВОЇ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

Автентичні матеріали — це будь-які матеріали, запозичені з реального життя: тексти, візуальні або аудіо матеріали. При вивченні ділової іноземної мови найкориснішими матеріалами є матеріали, якими користуються співробітники компаній, з клієнтської інформації

або відкрита інформація для загального використання. Існує декілька важливих причин, чому студенти мають користуватися автентичними матеріалами. По-перше, автентичні тексти (аудіо або друковані) мають ряд відмінностей, які важко знайти у текстах або діалогах, створених для вивчення іноземної ділової мови. Такі матеріали часто включають специфічну термінологію, жаргон, або типові структуру та форми. Мова відображає дійсну ціль написання таких матеріалів, та є саме такою, яку розуміють їхні користувачі: автентичні тексти є саме такими, якими у майбутньому будуть користуватися наші студенти для ведення міжнародної бізнесової діяльності. З медійних засобів дуже важливими є газети та професійні журнали, радіо та телепрограми, які настроюють студентів на користування автентичною мовою. Що стосується матеріалів компаній, то особливу увагу треба звертати на звіти, які знайомлять нас з мовою рахунків, структурою компанії та мовою для розуміння поточного фінансового положення цієї компанії. Ці матеріали необхідно вивчати студентам, які у майбутньому будуть займатися питаннями оцінки діяльності компанії з точки зору їхньої інвестиційної привабливості. Більшість компаній видають клієнтські брошури щодо своїх товарів та послуг. Деякі з них видаються для загального користувача, але багато з них спрямовані на професійне використання. Багато компаній видають відео матеріали, спрямовані на створення пі ар кампаній, які є важливими для вивчення у аудиторії. Знання структури написання листів та факсів є невід'ємним, тому що у глобальному середовищі це є життєво необхідним. Гарними прикладами автентичних матеріалів є також звіти, службові записки, протоколи засідань або тексти контрактів.

Коли ми підбираємо автентичні матеріали для вивчення в аудиторії, дуже важливим є утримувати у пам'яті такі питання: 1. Для кого? 2. З якою метою? 3. Як цей матеріал буде використано? Шляхи використання матеріалу залежатиме від його контенту та виду. Тексти важливі з точки зору самої інформації. Факти, цифри та ситуації з тексту важливі для створення ділової гри. Діаграми та графіки, додані до тексту, необхідні для інформаційного аналізу. Газетні оголошення про робочі вакансії використовуються для правильного написання листів з анкетними даними та при створенні ділових ігор, стимулюючих вивчення поведінки та необхідних мовних навичок під час проходження інтерв'ю. Рекламні матеріали з послуг та товарів необхідні для опрацювання мовних навичок при порівнянні їхніх якостей або при обговоренні технічних деталей написання реклами. Необхідно також звернути увагу студентів на вивчення матеріалів, таких, як: авіа квитки, готельну інформацію, різні розклади та ресторанный меню, які є дуже важливою інформацією для замовлення квитків або при наданні ресторанных послуг.

Автентичні аудіо та відео матеріали є невід’ємним джерелом для вивчення розмовної мови. Дуже корисним є «свіжі» новини, записані вдень занять, тому що вони цікаві самі по собі, і тому, що запис можна зупинити та обговорити якийсь вираз або фразу, звернути увагу студентів на будь-яке мовне сполучення, яке необхідно опанувати. Дуже важливі для студентів також відео матеріали, видані Лондонською фондовою біржею або Міністерством торгівлі та промисловості Великої Британії, компанією Lloyds чи фінансовими інституціями цієї країни. Україна входить у перелік країн, які у перспективі думають про вступ у Європейський Союз, тому «свіжі» новини про зміни у торговельній практиці чи економічному законодавстві цієї організації необхідні.

Ми використовуємо автентичні матеріали для удосконалення розмовних навичок, для практичної роботи з текстовою інформацією, для удосконалення навичок з розуміння автентичних аудіо матеріалів, для підготовки студентів до складання, як усних, так і письмових презентацій, для удосконалення навичок написання ділових листів, складання факсів, службових записок або спілкування електронною поштою. Іноді кажуть, що, як тільки автентичний матеріал було якось змінено (наприклад, виділено, спрощено, чи перенесено на інший комунікаційний носій), то він миттєво перестає бути автентичним. Але ми вважаємо, що якщо ці зміни будуть корисними для навчальних цілей, то можна дозволити будь-які з них.

Наша мета — надати студентам можливість опанувати реальні мовні навички для відтворення автентичних ділових ситуацій, для спілкування, як усного так і письмового, з діловими партнерами з іншомовних країн, проведення конференцій та обговорень з професійних питань, презентацій, пояснювальних діалогів, інструктажів та обміну інформацією.

*Чезганова Л. І., старш. викл.
кафедри української мови та літератури*

НАВЧАЛЬНИЙ ПРАКТИКУМ ЯК ЗАСІБ ОПТИМІЗАЦІЇ ВИВЧЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНОЗЕМНОЇ НА ПОЧАТКОВОМУ ЕТАПІ

Іноземні громадяни, які мають намір і бажання здобути освіту й оволодіти професією у вищих навчальних закладах України, почи-