

3. Бюджетна система України : тренінг-курс : навч. посібник / [В. М. Опарін, С. Я. Кондратюк, Є. О. Малик та ін.] ; за заг. ред. В. М. Опаріна ; Академія фінансового управління. – К. : ДННУ АФУ, 2012. – 392 с.
4. Сільченко М.В. Прикладна інформатика. Опорний конспект (для студентів факультету фінансів та факультету міжнародної економіки та менеджменту) / М.В. Сільченко, Т.О. Кучерява — 2-ге вид., доп. і перероб. — К.: Центр навчальної літератури, 2020. — 189 с. (Свідectво про реєстрацію авторського права №93829 від 12.11.2019 р.)
5. Авторський сайт «Прикладна та бізнес-інформатика - відеокурс для студентів та викладачів КНЕУ». — URL: <https://sites.google.com/kneu.edu.ua/informatika-silchenko>.
6. Авторський YouTube-канал. — URL: <https://www.youtube.com/c/МаринаВалеріївнаСільченко-КНЕУ>

Тетяна КУМЕЙКО, к. філол.н., доцент
Оксана КОВТУНЕЦЬ, к. філол. н., доцент
кафедра бізнес-лінгвістики

РОЛЬ ВІДЕОЗАВДАНЬ У ФОРМУВАННІ МОВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Мовна компетенція здобувача економічної освіти передбачає «вміння правильно, аргументовано будувати усне й писемне, вербальне й невербальне ділове спілкування, створювати професійний економічний текст» [1].

Практична підготовка здобувачів вищої освіти за карантинних обмежень на заняттях з лінгворекламистики передбачає застосування відповідних наочних методів і прийомів навчання, які дають змогу не лише легко

орієнтуватися в сучасному рекламному просторі, застосовувати норми літературної мови відповідно до потреб рекламного бізнесу, використовувати художньо-стилістичні прийоми, які впливають на уявлення споживача про товар чи послугу, але й формувати навички самостійного створення рекламного тексту, результативно представляти власний бізнес, отримавши комплексну культурно-мовну підготовку.

Враховуючи реалії сучасності, для вдосконалення зазначених вмінь пропонуємо студентам такі практичні завдання: проаналізувати рекламні назви за запропонованими критеріями; відредагувати рекламні тексти відповідно до мовних норм; написати інформаційні картки товарів (послуг); укласти слогани для рекламних кампаній; написати рекламні тексти, застосовуючи елементи мовної гри тощо. Ще одним типом завдань для студентів дистанційної форми навчання є відеозавдання: нині онлайновий формат є поширеним в сучасному світі. І сьогодні не тільки світові компанії, такі як Amazon, Google, Facebook та Microsoft, а й багато інших застосовують його для співбесід, корпоративних нарад, конференцій тощо.

Варто зазначити, що відеозавдання на практичних заняттях з лінгворекламистики допомагають реалізувати одне з основних завдань курсу – сформувати комунікативну компетенцію майбутніх фахівців-економістів.

Так, вивчаючи тему «Рекламний текст як структурна одиниця мовної комунікації», пропонуємо студентам записати відеоролик-самопрезентацію, метою якого є створення й представлення аудиторії власного іміджу завдяки використанню відповідних вербальних і невербальних засобів.

Як відомо, самопрезентація – це «рекламування самого себе, своїх заслуг і достоїнств», формування уявлення і враження про себе [2, с. 44]. Це також перший і важливий етап у мовно-психологічній підготовці студентів до публічних виступів.

Уважаємо, що відео – один із важливих засобів засвоєння знань, зокрема під час дистанційного навчання, де є неможливою безпосередня усна ділова комунікація. Особливістю використання цього навчального засобу є те, що

студент має змогу самостійно оцінити свої успіхи і виявити помилки. Це один із найефективніших способів надати дистанційному навчальному процесові високої якості.

Реалізація завдання передбачає виконання таких етапів: I – ознайомлення студентів з основними поняттями теми «Рекламний текст як структурна одиниця мовної комунікації»; II – пояснення умов завдання; III – виконання завдання; IV етап – презентація відео; V – аналіз та оцінювання результатів.

На підготовчому етапі студенти знайомляться із поняттям «реklamний текст» і дізнаються, що «це складна комунікативна одиниця, яка за складом і структурою може набувати різноманітних конфігурацій» [3].

На етапі пояснення умов завдання викладач пропонує студентам спершу ознайомитися зі змістом «Мінісловника» з теми й обрати як мінімум п'ять художніх засобів, використання яких є обов'язковим у самопрезентації.

Перед записом само презентації пропонуємо ознайомитись зі зразком відеореzюме директора рекламного агентства й проаналізувати його за певною схемою: 1) фон, загальна атмосфера; 2) зовнішній вигляд; 3) основні композиційні частини виступу; 4) виражальні засоби мовлення (епітети, метафори, риторичні питання, порівняння тощо); 5) мовленнєва культура оратора (відповідність сучасним мовним нормам); 6) техніка мовлення (інтонація, голос, дикція, темп мовлення, паузи і т.д.); 7) невербальні засоби (погляд, вираз обличчя, міміка, жести); 8) професійні якості доповідача (управлінські, організаторські, комунікативні, дипломатичні тощо); 9) особистісні якості оратора (відповідальність, ініціативність, креативність, аналітичність мислення, стресостійкість тощо); 10) висновок (чи досягнув доповідач мети) [4].

Переглянувши зразок відеореzюме, студенти самостійно виконують завдання, яке передбачає продумування сценарію відеозапису, написання плану розповіді, створення відповідного тексту з використанням методу сторітелінга, запис відео з визначеними часовими межами.

Після презентації відео на занятті автор обґрунтовує вибір структури та змісту рекламного відео тексту й наявних у ньому художньо-стилістичних засобів. Потім викладач оцінює виконану роботу, детально її проаналізувавши.

Зауважимо, що й підсумкова робота з лінгворекламістики «Рекламний пакет компанії» виконують студенти у відеоформаті. Це комплексне завдання, у якому необхідно уявити себе власником бізнесу й придумати назву компанії, вигадати слоган та створити логотип; представити товари/послуги, написавши текст для рекламної листівки, для радіоролика (у формі діалогу), для телевізійного ролика (учасники – публічні люди), для статті у глянцевого журналі, а також для акції до дня народження клієнта. Завдання необхідно оформити у вигляді презентації й записати відеовиступ таким чином, щоб було видно й студента, і презентацію.

Отже, використання відеозавдань на заняттях з лінгворекламістики сприяє розвитку особистих якостей студентів через вплив на їхню емоційну, мотиваційну та когнітивну сфери, вдосконалює вміння створювати рекламний текст і передавати за допомогою цього тексту необхідну інформацію, формує комунікативну компетенцію майбутніх економістів.

Список використаних джерел

1. Семенов О., Семенов А. Мовна особистість сучасного економіста. *Studia Ukrainica Posnaniensia*. 2015. Vol. III. P. 281–288. URL: <file:///C:/Users/admin/Downloads/1684-Tekst%20artyku%C5%82u-3026-1-10-20150712.pdf> (дата звернення: 2.02.2022).
2. Словник української мови: в 11 томах // АН УРСР, Інститут мовознавства ім. О. Потебні / ред. І. К. Білодід та ін. – Київ : Наук. думка, 1978. Т. IX. С. 44.
3. Павлішина Н.М. Рекламний текст: місце в рекламній комунікації та структура. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип.37. С. 363–370. URL: http://market-infr.od.ua/journals/2019/37_2019_ukr/54.pdf (дата звернення: 2.02.2022).

4. Поздрань Ю. В., Зозуля І. Є., Франчук Н. Л. Сучасні тенденції в методиці викладання української мови за професійним спрямуванням. *Закарпатські філологічні студії*. 2020. Вип.13. Т.1. С. 94–98. DOI: <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2020.13-1.18>

Петренко ЛЮДМИЛА, к.е.н., доцент,
Супрунюк ГАЛИНА, ст. викладач
кафедра інформатики та системології

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ СЛУХАЧІВ НА КУРСАХ ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ ЗА УМОВ ДИСТАНЦІЙНОГО РЕЖИМУ

За умов пандемії суб'єкти освітньої діяльності зіткнулися з новими викликами і змушені були використовувати дистанційні освітні технології у значно більшому, ніж раніше, обсязі. Ці обставини надали нового імпульсу розвитку електронних інформаційно-освітніх середовищ та електронних систем управління освітнім процесом, стимулювали розвиток ІКТ-компетенцій викладачів. Сучасні дистанційні освітні технології — це насамперед взаємодія через інтернет, з використанням різноманітних засобів навчання та способів комунікації між викладачами та слухачами. В умовах переходу до онлайн-навчання викладачі Університету не втратили можливість підвищувати кваліфікацію, а саме: слухачі платформ підвищення кваліфікації «Дистанційні технології в освітньому просторі Університету» та «ІТ-платформа освітньої діяльності викладача», що проводяться викладачами кафедри інформатики та системології ІПТЕ, завдяки впровадження в навчальний процес дистанційних освітніх технологій.

Дистанційне навчання характеризується використанням комплексу специфічних методів, засобів та форм навчання. Насамперед, до них відносяться інформаційні та комунікаційні технології. Тому головною умовою