

найбільш вживані граматичні конструкції та лексичні кліше — це лише невеликий перелік необхідних компонентів для шліфування стилю. Вдало написаний лист створює імідж компанії та навіть може сприяти успіху в бізнесі.

Для підготовки студентів до спілкування в професійному контексті використовується самий широкий спектр методів навчання — від рольових ігор, читання спеціальних текстів, використання відео засобів — до спілкування із спеціалістами — носіями мови.

Наступні види ситуацій можуть бути використані для підготовки до такого спілкування:

- розв'язати конфлікт з незадоволеним клієнтом;
- провести переговори з потенційними клієнтами;
- провести бесіду з службовцем вищого рівня;
- досягти взаєморозуміння з постачальником і т.д.

Для досягнення успіху в міжособистісному спілкуванні не досить лише активного словникового запасу, але й швидкість реакції на непередбачені перепони і навіть почуття гумору.

Спілкування в соціальному контексті — це частина робочого процесу не менш важливий, ніж ділове листування чи професійні переговори. Воно потребує ретельного вивчення культурних особливостей різних національностей, елементів психології та етики. Для цього використовуються такі види робіт, як проведення психологічних тестів, читання спеціальної літератури з менеджменту, вивчення стратегій міжнародних корпорацій, аналіз міжнародної преси та використання необмежених ресурсів Інтернету.

Нагородою за правильно підібрані компоненти навчальної діяльності буде те, що з одного боку, викладач буде перебувати у повній впевненості, що він наділив студентів необхідним інструментом для використання у самому широкому спектрі ситуацій. З іншого боку, він стимулює свою особисту творчу активність.

І. Б. Зарубінська, канд. пед. наук,
доцент кафедри іноземних мов
факультету МЕіМ

РОЛЬ ПЕДАГОГІЧНОЇ ОЦІНКИ В ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ МОТИВІВ УЧІННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Розвиток мотиваційної сфери студентів є необхідною умовою інтенсифікації навчально-виховного процесу у вищій школі, а отже формування високих професійних якостей та всебічно розвинутої особистості майбутнього спеціаліста.

Вважається, що в процесі навчання того чи іншого предмета, зовнішніх засобів слід уникати, натомість викладач повинен прагнути використовувати внутрішні мотиви. При такому підході наголос робиться на зацікавленості студента, за умов якої робота над конкретним завданням вмотивована сама по собі. Але, маючи намір прискорити розвиток внутрішніх мотивів або сформувати їх, необхідно пам'ятати, що для цього недостатньо її самої, та що зовнішнє підкріплення допомагає її розвитку. Таким зовнішнім підкріпленням виступає педагогічна оцінка.

Роль педагогічної оцінки в процесі формування мотивації учіння важко переоцінити. Так, вона може виступати як індикатором сформованості відповідних спонук, розвитку їх дієвості, так і засобом їх формування.

Беручи до уваги специфіку англійської мови як навчального предмету, під час роботи над яким домінує комунікативна діяльність, слід виокремити деякі особливості використання та сприйняття студентами оцінювання їх знань.

Оцінка, залежно від її числового показника, може сприйматися студентами як винагорода або як покарання. В обох випадках таке її сприйняття призводить до домінування негативних почуттів під час заняття з англійської мови, а отже, до зниження комунікативної активності в його процесі. Особливо це характерно для діяльності студентів, одним із мотивів учіння яких є не досягнення успіху, а уникнення неуспіху. Оскільки традиційно одним із критеріїв високої оцінки є граматична правильність відповіді, в контексті діяльності учіння англійської мови така спрямованість репрезентується в переважанні дослівних репродукцій текстів та художніх творів, неемоційності мовлення, його нерозгорнутості, використанні лексичного та граматичного матеріалу, вивченого на попередніх заняттях, на попередніх курсах навчання, а часто навіть шкільного мінімуму.

Педагогічна оцінка також може сприйматися студентами і як індикатор об'єктивного рівня їхнього професійного досягнення на певний момент часу. Таке її розуміння сприяє активізації діяльності учіння, самоаналізу та самокорекції діяльності з боку студента і не дає підстав для виникнення негативних почуттів, таких як страх перед покаранням. Саме тому необхідно створити установку у студентів на сприйняття оцінки педагога як індикатора об'єктивного рівня професійного досягнення.

Шляхом досягнення даної мети в процесі експериментального дослідження була відмова від оцінювання кожного виду роботи на занятті, результатом якого є оцінка в журналі. А для інформу-

вання про об'єктивний рівень досягнень слугували емоційно-оцінні судження, які чітко обґрунтовувалися викладачем. Увага акцентувалася на позитивних оцінках, на схваленні індивідуальних та групових досягнень. Оцінка виставлялася лише за перевірені роботи на заключному етапі опрацювання кожної теми, які пропонувалися як тест особистого професійного досягнення та обґрунтовувалася викладачем як показник рівня професіоналізму на даний момент часу.

У такий спосіб ми досягли зняття одного з факторів домінування негативних почуттів студентів під час експериментального навчання та активного їх включення у комунікативну та пізнавальну діяльність за власною ініціативою, статистично значуще зросло показники успішності студентів.

Г. Копил,
викладач КНЕУ

ПРОБЛЕМА ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ КУЛЬТУРИ ТА ІНШОМОВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ У ПРАЦЯХ НІМЕЦЬКИХ ВЧЕНИХ-ЛІНГВОПЕДАГОГІКИ

Культура та підприємницька культура. В період розбудови нашої держави з новими соціально-економічними засадами все більшого значення набуває культура в усіх її проявах. Для прогресу суспільства все відчутнішим стає потреба в набутті такого важливого виду культури, як підприємницька, яка розвивається як логічне продовження загальної культури суспільства. Згідно соціологічного розуміння та організаційного дослідження, культура розуміється як спільні ціннісні уявлення та норми якоїсь групи, спільності людей, які виражаються, зокрема, в їхній професійній діяльності [1, 2, 3]. Ціннісні уявлення і норми можна також описати як ментальні програми та культурні ідентичності [4]. З метою вивчення досвіду німецьких вчених щодо взаємозв'язку та взаємовпливу підприємницької культури та іншомовної компетентності, розглянемо результат та аналіз опитування норвезьких практикантів на німецьких підприємствах щодо німецької підприємницької культури [5]. Відносно культурологічної ідентичності були такі висловлювання з боку дослідників:

- національна ідентичність довговічна;
- члени однієї культури усвідомлюють свою ідентичність завдяки порівнянню з іншою культурою;