

ВИКОРИСТАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ СИТУАЦІЙ У ФОРМУВАННІ ТА РОЗВИТКУ ІНШОМОВНИХ МОВЛЕННЄВИХ УМІНЬ І НАВИЧОК МАЙБУТНІХ МАРКЕТОЛОГІВ

10. Ишутин Р.В. О функциях предпринимательства // *Стан і проблеми трансформації фінансів та економіки регіонів в перехідний період: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції, 15 травня 2003, Хмельницький інститут бізнесу.* – Хмельницький, 2003. – С. 240 – 243.
11. Козаченко Г.В., Воронкова А.Э., Медяник В.Ю., Назаров В.В. *Малый бизнес: устойчивость и компенсаторные возможности.* Монография. – К.: Лібра, 2003. – 328 с.
12. Колот В.М., Щербіна О.В. *Підприємництво.* – К.: КНЕУ, 2004.
13. *Малый бизнес та підприємництво в ринкових умовах господарювання: Навчальний посібник.* -3-тє видання доповнене і перероблене / Воротіна Л.І., Воронін В.Е., Мартинюк Л.А., Черняк Т.В. – К.: Видавництво Європейського університету, 2004.
14. Колено І.В., Чорнобай А.В. *Управление малым бизнесом. Учебное пособие.* Макеева, 2002. – 188 с.
15. Криницька Л. *Професійне навчання фахівців для підприємницької діяльності з числа незайнятого населення у професійно-технічних навчальних закладах // Педагогіка і психологія професійної освіти.* – 2006. – №6. – 2005. – 210 с.
16. Кириченко О.А., Ваганів К.Г. *Стратегія розвитку малого і середнього бізнесу в Україні // Актуальні проблеми економіки.* – 2008. – С. 103 – 118.
17. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. *Основи менеджменту: Підручник.* Вид. 2-ге, випр., доп. – К.: Академвидав, 2007. – 464 с.
18. Лабурицева О.І. *Суть підприємництва та тенденції його розвитку в легкій промисловості України // Актуальні проблеми економіки.* – 2008. – №2. – С. 14 – 24.
19. Тарануха В.Я. *Предприятие и предпринимательство в трансформационной экономике.* – М.: Дело и Сервис, 2003.

Інна Ромащенко, викладач кафедри іноземних мов
Академії муніципального управління
м. Київ

ВИКОРИСТАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ СИТУАЦІЙ У ФОРМУВАННІ ТА РОЗВИТКУ ІНШОМОВНИХ МОВЛЕННЄВИХ УМІНЬ І НАВИЧОК МАЙБУТНІХ МАРКЕТОЛОГІВ

У статті досліджуються питання стосовно навчання майбутніх маркетологів комунікативному спілкуванню. Висвітлено зміст ситуацій ділового спілкування, наведений комплекс типових розмовних ситуацій залежно від року навчання та рівня сформованості мовленнєвих навичок студентів – майбутніх маркетологів.

Постановка проблеми. Відбір оптимальних мовленнєвих ситуацій, дотримання умов підвищення ефективності формування комунікативних умінь майбутніх маркетологів у процесі вивчення іноземних мов є необхідними з огляду на недостатній рівень підготовленості випускників ряду навчальних закладів до комунікативної діяльності, недостатність вмінь ведення ділових зустрічей, бесід, переговорів. Багаторічний педагогічний досвід автора підтверджує, що процес формування й розвитку комунікативних умінь не відбувається сам собою, а передбачає розробку та реалізацію спеціальних найбільш поширених мовленнєвих ситуацій, які синтезують у собі комплекс перспективних, інтерактивних, когнітивних аспектів ділового спілкування, вмінь гнучко реалізовувати

їх на практиці з метою забезпечення ефективної спільної діяльності та компетентного виконання професійних функцій. Новітні інформаційні й організаційно-діяльнісні технології, залучення іноземних інвестицій, причетність широкого кола іноземців до розв'язання проблем у різних галузях нашого суспільства вимагають постановки на науково-освітній рівень необхідності розвитку комунікативних умінь маркетологів іноземною мовою. Критерії та рівні розвитку комунікативних умінь маркетолога повинні комплексно відображати сформованість її основних структурних компонентів, які сформульовані у працях Л.О. Сікорської.

- спостережливість, уміння “читати” невербальні виразні рухи співрозмовника;
- уміння адекватно застосовувати прийоми

ВИКОРИСТАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ СИТУАЦІЙ У ФОРМУВАННІ ТА РОЗВИТКУ ІНШОМОВНИХ МОВЛЕННЄВИХ УМІНЬ І НАВИЧОК МАЙБУТНІХ МАРКЕТОЛОГІВ

рефлексивного і нерефлексивного слухання співрозмовника;

- уміння ставати на точку зору співрозмовника;
- уміння за зовнішністю визначати тип особистості співрозмовника;
- уміння оцінювати партнера на основі спостереження за його зовнішністю;
- правильність мовлення – знання і уміння дотримуватися прийнятих у сучасній суспільно-мовленнєвій практиці мовних норм;
- точність мовлення – висловлювань для партнерів по комунікації;
- логічність мовлення – володіння технікою смислової зв'язності, тобто логікою викладу, за якої не виникає суперечностей;
- виразність мовлення – вміння естетично, оригінально і яскраво висловлювати свої думки, використовуючи засоби художньої виразності;
- знання та дотримання норм етикету і правил ділового мовлення;
- гнучкість, уміння обирати найбільш доцільний стиль спілкування зі співрозмовником у тій або іншій конкретній ситуації;
- уміння попереджати і розв'язувати міжособистісні конфлікти;
- уміння визначати оптимальну соціально-психологічну дистанцію у спілкуванні зі співробітниками;
- уміння впливати на співрозмовників, поєднувати вимогливість з наданням свободи для вияву ініціативи і самостійності співробітників;
- уміння знаходити емоційний контакт зі співрозмовниками [9].

Вищеперераховані структурні компоненти необхідні для забезпечення основних принципів маркетингу, визначених професором М. Вачевським:

1. Націленість на досягнення кінцевого результату виробничо-збутової експортної діяльності.
2. Спрямованість підприємства не на тимчасовий результат, а на проведення маркетингової політики, яка передбачає тривалі дослідження, прогнозування і подальшу розробку товарів ринкової новизни.
3. Вироблення стратегії і тактики щодо пристосування до вимог потенційних покупців і зворотної дії на них, відбувається одночасно.
4. Збір інформації про товар, що надходить на ринок, про покупців, конкурентів, внутрішнє та зовнішнє середовище [2].

Досягнення цілей формування навичок комунікативної компетенції реалізується через відповідні стратегії викладання. Усі навчальні стратегії, які повинен реалізувати викладач, базуються на чотирьох принципах:

- зробити вхідну інформацію зрозумілою для студентів (*make input comprehensible*);
- створити можливості для використання цільової мови в аудиторії (*provide opportunities for language output*);
- забезпечити логічність та чітку послідовність подачі мовного матеріалу (*enhance the comprehensibility of readings*);
- розробити систему конструктивного зворотного зв'язку (*develop a system for providing constructive feedback*).

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано вирішення даної проблеми. Різні аспекти розглянутої нами проблеми висвітлені в роботах провідних вчених у галузі маркетингу: Л.В. Балабанової, М.В. Вачевської, В.М. Мадзігона, М.М. Єрмошенка, А.Ф. Павленка, В.Г. Герасимчука, С.С. Гаркавенко та ін.

Питання теорії та методики навчання іноземній мові у використанні комунікативних ситуацій та розвитку іншомовних мовленнєвих умінь і навичок розглядалися у дослідженнях Л.В. Биркун [1], Л.О. Сікорської [9], І.Я. Зимня [4], В.Л. Крутецький [5], Є.І. Пассов [7], Л.С. Рубінштейн [11] та іноземних авторів відзначених у використаних джерелах даного дослідження.

Національна система підготовки фахівців та формування їх комунікативних навичок зумовлюється основними методичними системами:

- комунікативно-функціональною (автор Т. Сірик);
- комунікативно-діяльнісний (автор О. Вишневецький);
- комунікативно-особистісний (автор Л. Биркун);
- системно-комунікативний (автор Р. Мартинова).

Мета статті. Надати практичну допомогу викладачам вищих навчальних закладів з питань формування лексичного запасу, для комунікативних ситуацій використання на практиці з метою підвищення ефективності формування умінь і навичок у майбутніх маркетологів у процесі вивчення англійської мови, а також створення сприятливої для спілкування атмосфери [12].

Викладення основного матеріалу. Навичку зазвичай визначають як автоматизовані компоненти свідомої дії людини, які виробляються в процесі її виконання [11, 553] або як частково автоматизовану дію [5]. При цьому на формування навички, крім інших чинників, впливає загальний рівень розвитку суб'єкта, наявність у нього знань і вмінь [8, 227; 282].

Під мовленнєвою навичкою розуміють здатність здійснювати відносно самостійну мовленнєву дію у системі свідомої, мовленнєвої діяль-

ВИКОРИСТАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ СИТУАЦІЙ У ФОРМУВАННІ ТА РОЗВИТКУ ІНШОМОВНИХ МОВЛЕННЄВИХ УМІНЬ І НАВИЧОК МАЙБУТНІХ МАРКЕТОЛОГІВ

ності, яка стала завдяки повній сукупності якостей однією з умов виконання цієї діяльності [6, 26]. До сукупності якостей належать стійкість, гнучкість, узагальнення, усвідомленість, автоматичність, відносна складність [7].

Майже усі елементи операційного аспекту мовленнєвої діяльності, які пов'язані з механізмом внутрішнього і зовнішнього оформлення думки, можуть бути відпрацьовані та доведені до рівня навички оформлення думки, тобто до автоматизму (з усвідомленням мети і способу виконання дії). Проте до автоматизму операції навички доводяться у процесі самої мовленнєвої діяльності [4, 139]. Таким чином, навичка – це оптимальний рівень удосконалення дії, що виконується, не сама дія, а її якість [4, 145].

Оскільки зміст мовленнєвої діяльності студентів у межах кожної ситуації залежить від теми та обсягу мовленнєвих одиниць активного словникового запасу, то запропонованим далі ситуаціям передусє система вправ, яка забезпечує свідомо-практичний підхід (автор В. Плахотник) до реалізації навчання.

Відзначимо, що студенти спочатку вивчають необхідний мовний та мовленнєвий матеріал з конкретної теми чи проблеми, виконують вправи на формування і розвиток необхідних мовленнєвих навичок та вмінь із цим матеріалом, а в кінці циклу практичних занять їм пропонується для виконання проєкт – ситуація “мовленнєва практика”.

На навчальному етапі студенти виконують вправи, які готують їх до виконання мовленнєвої ситуації, а саме: вправи на формування задуму висловлювання, поєднання смислових частин висловлювання в цілий текст, логічну побудову власного висловлювання. До цього етапу належать вправи, спрямовані на навчання складати різні види анкет, рахунків, планування та проведення інтерв'ю, написання звіту. На цьому етапі студенти також навчаються викладати одержану інформацію у графіках, схемах, таблицях тощо. Комплекс вправ, що використовується, повинен підтримувати взаємозв'язок різних видів мовленнєвої діяльності [19].

Розроблена нами система вправ для ситуативного мовлення передбачає сформовані мовленнєві навички і представлена у наступному переліку за роками навчання (курсами) з опорою на підручник David Cotton, David Falvey, Simon Kent. Market Leader. Business English. Course Book. Pearson Education Limited, 2002:

Communicative Situations. I year, I term.

MLP (units 1 – 6)

1. You've applied for a job and are going to have

a job interview. Say how you will prepare for it and how you will behave during the interview. At the job interview you've been asked to talk about your career. Speak about your career plan, the area of business you work (would like to work) in and what you should do to get ahead in your career.

2. You are a head of a company that sells toys. You are looking for a new Sales Manager for your subsidiary in Poland. The subsidiary recent sales results have been poor. You want the new Sales Manager to improve the situation. Make a job description for the position stating all the requirements for a successful candidate.

3. You've set up the online package holiday company. It has been quite successful. One of your friends is planning to go online as well. Advise your friend on what you need to do to create a successful online business.

4. You've been asked to make a presentation about your company at a conference. What issues are you going to cover? What are you going to do to make the presentation effective?

5. You're one of the directors of a well-known American luxury chocolate producer. The company was quite successful 2 years ago, but recently sales growth has slowed down and costs have risen. The reasons are the following: the product price is too high, the machines break down, the new products are not selling well. You have \$2 mln to invest in the company to improve the situation. Present your investment plan.

6. You think the product range your company is offering is not varied. You feel the need of developing something new and exciting. Speak of the possible ways of generating ideas and bringing them to market.

7. You're an expert on stress management. You've been hired by a company whose employees seem to be working under pressure to work as a stress counselor. Analyse the major causes of stress at work and state how people can cope with it. Present your ideas to the company managers.

8. You're a management consultant in Ukraine. What situations at work do you find the most stressful for you? What do you do to cope with stress effectively? Would you swap your well-paid job for your 'dream job' which is less stressful but less-paid and less prestigious?

9. You work for a big company which spends a part of the budget on corporate entertainment. Some of your colleagues think it's a waste of money. Present your point of view. Are you for or against an entertainment spending?

ВИКОРИСТАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ СИТУАЦІЙ У ФОРМУВАННІ ТА РОЗВИТКУ ІНШОМОВНИХ МОВЛЕННЄВИХ УМІНЬ І НАВИЧОК МАЙБУТНІХ МАРКЕТОЛОГІВ

Communicative Situations. I year, II term. MLP (units 7 – 12)

1. You've been working under pressure of tight deadlines recently. Do you find it stressful? what sort of problems you may face.
2. Think of some products you've bought recently. Why did you buy them? Which of the four Ps of the marketing mix influenced your decision to buy?
3. Choose a well-known product and describe a typical consumer profile for the product including age, sex, job, income level, other products the consumer might buy. How could you try to increase its sales?
4. Do you agree with the statement 'Customers are now spending more money on products they desire rather than on products they simply need.'? [12]. What do you think is the difference between a need and a desire? Give some examples.
5. You're the Managing Director of a company. Last year you opened a new sales office in the USA. Speak about how you planned that.
6. Imagine you're planning a new resort in your own country. Present your project stating where you will build it, what sort of customers you will try to attract, what facilities you will include, advice would you give to a foreign manager who is going to manage staff in your country? What advice would you give to a Ukrainian manager who is going to work abroad?
7. You're a management consultant who specializes in handling conflicts. Describe a conflict which was handled badly and another which was handled well.
8. You're a management consultant. One of your clients going to Russia (Germany, the USA, Spain) to negotiate a contract. Advise him on negotiating behaviour of his future counterparts.
9. Stable economy is one of the most important conditions for starting a new business. One of your foreign business partners wants to start a business in Ukraine. Describe an economic profile and other conditions of the economy that might influence his decision.
10. You're a sales manager of a company. Prepare a presentation on a product your company is about to launch to some buy.

2 year, III term. Communicative Situations. MLI (1 – 4)

1. The phrase 'think global, act local'[13] is often quoted. What does it mean for you as the manager of a large multinational?
2. You have been asked by the Board of a multinational car maker to present the case for a 'globalisation' strategy. Prepare a report to give your arguments in favour of it.
3. What criteria do you think global companies

use when they choose the location of their manufacturing operations around the world? State what should be taken into account.

4. Your company, a well-known multinational producing components for the car industry, has a production plant in southern Italy, an area of high unemployment. The plant received the Italian government and the EU financial assistance when it was built three years ago. Now, due to poor productivity levels at the plant, the company is considering closing it down. However, there could be social, economic and political problems if it does so. You have been asked by the top management to write a report to present the case in favour of not closing it. Do so, giving as many reasons as you can.

5. You work for a fast food company. Your company management is considering the idea of stretching the brand name of a fast food chain for a chain of more luxurious restaurants. Present your attitude to this idea, stating all pros and cons.

6. You are the manager of a large clothes company. You find out that some of your products are constantly copied by counterfeiters. You are strongly determined to take measures. Comment on your steps.

7. Your company produces washing machines. The sales of your product have been gradually falling down. What can be done to improve the situation? Develop a new marketing strategy for your product and introduce a new sales campaign.

8. You are the Customer Relations Manager for an international airline. Speak about the problems you have to solve for business travelers.

9. You are the Marketing Director for a Chocolate company. A Creative Director at an advertising agency wants you to spend money on TV advertising. You don't want to spend money on this. Suggest some alternative methods giving reasons for your choice of marketing activities.

10. You are the bank manager. You wish to encourage young people to save money. Make a presentation to a group of students, using one of the techniques to get the audience's attention.

2 year, IV term. Communicative Situations MLI (5 – 8)

1. Henry Ford once said: "It's all one to me if a man comes from Sing Song (a famous US prison) or Harvard. We hire a man, not his history"[19]. Do you, as a future company manager, share his idea? State your own point of view.

2. You are the manager of Personnel Department. Because of the high employee turnover you've been assigned either to improve the existing recruitment policy to develop a new one. State your points on how to select the best candidates.

3. You work as a counsellor for a recruitment

ВИКОРИСТАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ СИТУАЦІЙ У ФОРМУВАННІ ТА РОЗВИТКУ ІНШОМОВНИХ МОВЛЕННЄВИХ УМІНЬ І НАВИЧОК МАЙБУТНІХ МАРКЕТОЛОГІВ

agency. Your job is to instruct candidates on their interviewing strategy. Advise one of the clients how to impress an interviewer.

4. You are the Managing Director of a fashion chain called Fashion. Following complaints from customers you need to discuss a dress code for all employees and guidelines on personal appearance. Make a list of points to discuss. Being the manager of Sales Department you often have to negotiate to get the best deal for your company. What negotiating strategy or tactics do you use to achieve your objectives?

5. You are the manager of R&D department of a large car producing company. Speak on how your company develops innovation and creativity, if your company is an innovator rather than an imitator.

6. You are going to invest a certain amount of money into a business. Would you choose to be a sleeping partner in a limited partnership or a shareholder in a limited company? State pros and cons of being each. What is the difference

7. You are the newly-appointed manager of an insurance company. You need to create a good working environment to improve efficiency and profitability of the company. What ideas would you like to introduce? What management style appeals to you the most?

III year, V term. Communicative Situations. MLI (9 – 12)

1. You are an executive director of EFG Private Bank Ltd, which lends money to businesses. What important factors do you consider when deciding whether to make a loan?

2. You are an entrepreneur who needs finance for a new project. Prepare a presentation of your product or service for the group of investors. What key points should you consider while preparing your presentation.

3. You have saved a certain amount of money and would like it to work for you. How will you manage your money. Consider some possible ways starting with the least risky to the most risky ones.

4. You are the CEO of a multinational company. The manager of a foreign subsidiary explains that to get quick planning permission to build a new factory it is necessary to give a few cash 'presents' to local officials. \$10,000 will save a year of bureaucratic difficulties. What might your decision be?

5. You could save 15% of your production costs by closing a factory in a small town where you are a major employer, and relocating to a cheaper developing country. This would result in 1500 people losing their jobs in one town, and 1200 jobs being created in another. What might your decision be?

6. Your products are now of such high quality that they last for at least ten years, and your sales are

consequently lower than they used to be when your products were less durable. Someone suggests using cheaper components that won't last quite so long. Do you share this idea? If not, what other ways of increasing profits will you consider?

7. You are the Managing Director of a retail fashion chain called Space, which has clothes stores in most European cities. Recently your company has experienced some ethical problems. Persuade the Board of Directors of the necessity for the company to have a written code of ethics.

8. You are the CEO of a large company. Your company is going to face a process of re-engineering. How will you bring your employees into a change process?

9. You are the CEO of a large company. One of your main responsibilities is to develop a strategy for the company. State what needs to be considered while developing a strategy. What emerging trends in the strategy of large companies should you take into account?

10. You are the CEO of a company. You and your board are going to decide whether to merge with a larger company in the same industry. State the arguments for and against the merger.

III year, V term. Communicative Situations. MLI (9 – 12)

10. You are an executive director of EFG Private Bank Ltd, which lends money to businesses. What important factors do you consider when deciding whether to make a loan?

11. You are an entrepreneur who needs finance for a new project. Prepare a presentation of your product or service for the group of investors. What key points should you consider while preparing your presentation.

12. You have saved a certain amount of money and would like it to work for you. How will you manage your money. Consider some possible ways starting with the least risky to the most risky ones.

13. You are the CEO of a multinational company. The manager of a foreign subsidiary explains that to get quick planning permission to build a new factory it is necessary to give a few cash 'presents' to local officials. \$10,000 will save a year of bureaucratic difficulties. What might your decision be?

14. You could save 15% of your production costs by closing a factory in a small town where you are a major employer, and relocating to a cheaper developing country. This would result in 1500 people losing their jobs in one town, and 1200 jobs being created in another. What might your decision be?

15. Your products are now of such high quality that they last for at least ten years, and your sales are consequently lower than they used to be when

