

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ЇЇ РОЛЬ У ФОРМУВАННІ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ МАРКЕТОЛОГІВ НА ЗАНЯТТЯХ З ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

ток економіки України”, “Тіньова економіка: причини появи та шляхи подолання”, “Як були розв’язані проблемні питання навколо статусу Криму, Севастополя та поділу Чорноморського флоту?”, “Які є наукові концепції щодо моделі сучасного світового устрою?”, “Визначте головні складові економічного співробітництва в рамках СНД”, “Які зміни відбулися в діяльності України в ООН після здобуття незалежності?”, “Які причини появи тіньового сектору в економіці України?”, “Як він впливає на загальний стан економічного розвитку?”, “Чи можливе мирне вирішення “палестинської проблеми?”, “Які наслідки “нового політичного мислення” керівництва Радянського Союзу у міжнародних відносинах?”, “Чи поширяться НАТО на схід?”.

Висновок. Ефективне формування толерантних якостей особистості здійснює вчитель з високим інноваційним потенціалом. Успішна робота в галузі інноваційної педагогіки потребує таких якостей особистості, як відкритість, гнучке мислення, емоційна, інтелектуальна та культурно-естетична розвиненість, високий рівень грамотності, здатність творчо генерувати ідеї, про-

ектувати та моделювати їх у практичних формах конкретної діяльності.

1. Баханов К. Оновлення змісту сучасної шкільної історичної освіти: Монографія. – Донецьк: ТОВ “Юго-Восток”, Лтд, 2005. – 326 с.
2. Гончаренко С. Український педагогічний словник. – Київ: Либідь, 1997. – 376 с.
3. Грива О. Л. Виховання толерантності в дітей та молоді // Психолог. – 2005. – №21. – С. 3.
4. Ищенко Ю. А. Толерантность как философско-мировоззренческая проблема // Философская социологическая мысль. – 1990. – №4. – С. 48.
5. Матієнко О. Виховання толерантності починається з учителя // Рідна школа. – 2005. – №6. – С. 29–32.
6. Мокрогуз О. П. Інноваційні технології на уроках історії – Х.: Основа, 2005. – 192 с.
7. Новейший словарь иностранных слов и выражений. – М.: Лингва, 2003. – С. 655.
8. Освітні технології: Навч.-метод. посіб. / За ред. О.М.Пехоти. – К.: А.С.К., 2004. – 256 с.
9. Романчук О. Соціальна толерантність як фактор суспільної свідомості // Вища школа. – 2004. – №1. – С. 87–89.
10. Терещенко Ю. Творчий дух толерантності // Педагогіка толерантності. – 2007. – №3 (41). – С. 6–20.

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

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ЇЇ РОЛЬ У ФОРМУВАННІ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ МАРКЕТОЛОГІВ НА ЗАНЯТТЯХ З ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

Стаття присвячена проблемам важливості та необхідності інноваційних процесів на сучасному етапі розвитку економіки України та актуальності формування професійної компетенції майбутніх маркетологів на заняттях з іноземної мови.

Постановка завдання. Україна остаточно і концептуально задекларувала європейський вибір та орієнтацію на інноваційну модель розвитку. Економічна система, що нині розвивається, потребує впровадження принципово нових прогресивних технологій та переходу до випуску високотехнологічної, наукомісткої продукції, що відбувається на основі інтелектуалізації всієї виробничої діяльності [3], а також нових форм навчання студентів ВНЗ сучасних вимог ринку засобами іноземної мови.

Аналіз останніх публікацій, в яких започатковано вирішення даної проблеми. Аналіз науково-методичної та спеціальної літератури дає

підставу констатувати, що питання ринкової економіки розглядали такі автори: С. Вовканич [7], С. Давимука [9], М. Єрмоленко [13]. Питання авторських прав та винаходів досліджувались такими вченими, як С. Бондаренко [1], М. Вачевський [2, 3, 4, 5, 6], В. Кремень [13], В. Мадзігон [3] та ін. Питання теорії та методики навчання іноземній мові у професійних навчальних закладах розглядалися у дослідженнях З. Данилової, Л. Турчин [10], К. Росон-Джоунз та Д. Парсонз [12], Л. Староконь [14] та ін.

Мета статті. Надати практичну допомогу викладачам вищих навчальних закладів з питань формування лексичного запасу, необхідного для

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ЇЇ РОЛЬ У ФОРМУВАННІ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ МАРКЕТОЛОГІВ НА ЗАНЯТТЯХ З ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

спілкування за темою інноваційна товарна політика маркетингу на сучасному етапі, у процесі вивчення англійської мови та подальшому їх використанню.

Викладення основного матеріалу. Як відзначає група провідних вчених: професор М.В. Вачевський, Скотт В. П., В.М. Мадзігон, Г.С. Левченко, Н.М. Примаченко [3], для того, щоб сформувати країну інноваційної європейської моделі, щоб реалізувати у перспективі нашу національну ідею щодо інтеграції у світовий освітнянський, науковий, інформаційний та інші простори на засадах рівноправного партнера, потрібно не лише перебудувати економіку, а й забезпечити впровадження нових винаходів, промислових зразків, які б могли бути конкурентоспроможними [3, 387]. Тобто рівень професійної компетенції майбутніх маркетологів повинен мати такий рівень, який неможливо уявити без фундаментальної бази іноземної мови [14], що передбачає високий рівень лінгвістичних знань та навичок спілкування в сучасних умовах господарювання та вільного переміщення трудових ресурсів. Усі ці процеси пов'язані з виробництвом та діяльністю підприємств. Із застосуванням сучасних прогресивних технологій, які можуть мати розвиток при високому науковому потенціалі майбутніх маркетологів [5, 27].

Таким чином, сучасна система освіти повинна розкривати перед випускниками ВНЗ нові горизонти наукової діяльності. Нині необхідно поєднувати максимальну свободу вибору діяльності та одночасно формувати у молоді нове ринкове економічне мислення, підприємливість, ощадливість, діловитість, виховувати творчу особистість, яка буде прагнути бути безпосереднім учасником раціоналізаторських та інноваційних процесів в Україні.

Як зазначає професор М. Вачевський [2, 106], у 10 провідних компаніях Японії службовці вносять десятки мільйонів пропозицій на рік, що в середньому складає 12,8 пропозицій на одного

працівника. Це у 85 разів більше від середньостатистичних даних в американській промисловості і в 500 разів більше від аналогічних показників в Україні.

Тому сьогодні розробка нових товарів стає переднім краєм прикладання маркетингових зусиль. Виникає потреба модифікації вироблених товарів, розробка нових товарів та успішного запуску їх у виробництво [8, 108] Т. Грінченко та О. Дубовик виділяють сім етапів процесу планування нової продукції:

- генерація ідей;
- відбір ідей;
- розробка задуму та його перевірка;
- аналіз в аспекті бізнесу;
- розробка товару;
- випробовування на ринку;
- розгортання комерційного виробництва;

Ціль кожного етапу полягає в прийнятті рішень про важливість продовження роботи над ідеєю. Фірма намагається звести до мінімуму шанси розробки слабких ідей [8, 109].

Дослідження поведінки покупців засвідчує, що під час порівняння і відбору вииграє той товар, у якого відношення корисного ефекту до витрат на його придбання і використання дає більший, порівняно з іншими аналогічними товарами, питомий корисний ефект [3, 5].

Оскільки інноваційні процеси є визначальними складовими маркетингової діяльності та вимагають висококваліфікованого керівництва підприємства, науковців, консультантів та маркетологів для прийняття стратегічних рішень, то компетенція в галузі іноземних мов є особливо актуальною і автор пропонує базові лексичні одиниці, мовленнєвий матеріал та орієнтовні перевірочні завдання, які відповідають підручнику David Cotton, David Falvey, Simon Kent. Market Leader. Intermediate Business English Book. Pearson Education Limited, 2002, які безпосередньо сприяють засвоєнню матеріалу теми "Інновації".

Essential Vocabulary to Unit 7 (MLI)

Starting up	
R&D	НДДКР; науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи
brainwave, n	несподівана блискавка ідея; несподівана думка
blueprint, n	план, проект, намітка
prototype, n	прототип, макет, дослідний зразок
setback, n	1) невдача, 2) регрес, 3) затримка (розвитку тощо), перешкода
breakthrough, n	велике досягнення, прорив
patent, n	1) патент; диплом 2) право (на щось), отримане завдяки патенту 3) запатентований предмет (винахід)

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ЇЇ РОЛЬ У ФОРМУВАННІ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ МАРКЕТОЛОГІВ НА ЗАНЯТТЯХ З ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

Vocabulary	
develop, v development, n developer, n developmental, adj	1) розвивати(ся), 2) конструювати, розробляти 1) розвиток; 2) поліпшення, вдосконалення 3) розробка розробник; конструктор, проєктувальник, забудовник експериментальний, еволюційний
design, v design, n designer, n	складати план, проєктувати, придумувати, розробляти проєкт; план; рисунок; конструкція конструктор, проєктувальник, модельєр, дизайнер
innovate, v innovation, n innovator, n innovative, adj	запроваджувати нове; вносити зміни, раціоналізувати 1) інновація, нововведення 2) новаторство новатор; раціоналізатор новаторський, передовий, раціоналізаторський
invent, v invention, n inventor, n inventive, adj	винаходити, створювати, вигадувати винахід винахідник винахідливий, винахідницький
create, v creation, n creator, n creative, adj	творити, утворювати, створювати творення, створення, творіння, витвір творець, автор творчий
pioneer, v pioneer, n pioneering, adj	прокладати шлях, бути піонером, вести, керувати ініціатор, новатор, першовідкривач, піонер новаторський
patent, v patentee, n patent, adj	патентувати; брати патент (на щось) власник патенту 1) патентований, 2) оригінальний, дотепний
efficient, adj	1) дійовий, ефективний 2) умілий, кваліфікований (про людину)
pointless, adj	безглуздий; безцільний
feasible, adj	1) можливий, ймовірний 2) здійснений
brilliant, adj	1) блискучий; виблискуючий, яскравий 2) видатний
ridiculous, adj	сміховинний, безглуздий, смішний
viable, adj	життєздатний
beneficial, adj	вигідний, корисний
uneconomical, adj	неекономічний
impractical, adj	непрактичний
useless, adj	некорисний; непотрібний; марний
marketable, adj	ходовий (товар), товарний, ринковий, ліквідний
ingenious, adj	1) винахідливий; майстерний 2) дотепний
ground-breaking, adj	новаторський, революційний
Reading	
occupy, v to occupy an important place	займати, захоплювати; заволодівати; орендувати займати важливе місце
disposable nappies	одноразові підгузки
commercial success	торговельний, комерційний успіх
sweep, v to be swept away	мести, підмітати, чистити, зм'ятати; знищувати; зносити бути знищеним, (витісненим, ліквідованим)
exception, n an exception to a sorry catalogue	виняток виняток із сумного каталогу
ultimately, adv	зрештою, кінець кінцем
challenge, v	1) кидати виклик, 2) оспорювати; заперечувати; піддавати сумніву
prove to be a success	виявлятися успішним

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ЇЇ РОЛЬ У ФОРМУВАННІ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ МАРКЕТОЛОГІВ НА ЗАНЯТТЯХ З ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

graphical user interchange	графічний інтерфейс користувача
bring within the rich of everyone	зробити доступним для кожного
timing, n	1) вибір часу 2) розрахунок часу 3) погоджена дія; координація; синхронність
competitive advantage	конкурентна перевага
established corporations	визнані (авторитетні) корпорації
expertise, n depth of technical expertise	знання; кваліфікація; компетентність; навички; досвід; глибина технічної експертизи
marketing skills	маркетингова майстерність, (уміння; вправність)
enable, v	1) давати змогу, 2) робити можливим, полегшувати
eponymous, adj an eponymous founder	той, що дає своє ім'я засновник, ім'ям котрого названа компанія
annals, n	аннали; літописи
Practice File	
analyse ideas / problems	аналізувати ідеї, проблеми
brainstorm ideas	обговорити щось колективно з метою виявлення творчих ідей
carry out research / tests	провести дослідження, тести
come up with ideas / solutions	запропонувати ідеї, рішення
conduct tests	проводити випробування
develop designs / ideas / solutions	розробляти проекти, ідеї, рішення
do research	провести дослідження
find solutions	знаходити рішення
patent designs / ideas	патентувати дизайн, ідеї
solve problems	вирішувати проблеми
tackle problems	енергійно взятися за вирішення проблем

Innovation

Traditionally, a company's new ideas and products come from its **research and development (R&D)** department. The initial idea for a car will be turned into a series of **prototypes** and tested. In software development, the final 'prototype' is the **beta version**, which is **beta-tested**. Pharmaceuticals go through a series of trials.

Different industries have different **lead-times**, the time between **conception and product launch**; a new drug might take 10 or 15 years to develop. In consumer goods, market research will be a key part of the development process, with **focus groups**: small groups representing cross-sections of consumers talking about their reactions to proposed designs, and wider **consumer surveys**. Services also offer enormous potential for innovation; think of telephone banking, and now **e-commerce**: selling over the Internet.

The launch of a new product might involve a na-

tional, international or global **rollout**. A well-oiled public relations machine will have prepared the way for the new product by getting the required **media coverage**, where the terms **leading edge and state of the art** will perhaps appear. Any **teething problems** will hopefully be ironed out during development rather than after the launch. The ultimate nightmare is when a company has to **recall** products because of **design defects**. The coverage this might get is the least welcome imaginable.

How do you develop innovation and **creativity** in large, bureaucratic companies? Company leaders talk about **corporate venturing and intrapreneurship**, where employees are encouraged to develop **entrepreneurial** activities within the organisation. Companies may set up **skunk works**, outside the usual structures, to work on innovations. Development of the PC at IBM is the most famous example of this.

Innovations are perhaps more easily developed by **entrepreneurs in start-up** companies, but here

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ЇЇ РОЛЬ У ФОРМУВАННІ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ МАРКЕТОЛОГІВ НА ЗАНЯТТЯХ З ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

the problem is finance: how to get the **venture capital** to develop the product, manufacture it on an **industrial scale** and market it.

Passive Voice

Complete the sentences using Passive Voice where necessary.

1. All the appointments... usually (to schedule) on Monday.
2. These reports... (to discuss) at the next meeting of the Board.
3. Over the past few months our sales... (to increase) by 20 %.
4. All the old equipment ... (to replace) after the leadership of the company had changed.
5. The applicants... (to interview) when the office manager came into the office and announced that the position... already (to take).
6. A new meeting ... (to plan) at the moment.
7. So far the replacement ...(to approve) by the Board.
8. - When....Mrs Smith (to inform) about the conference? – I suppose yesterday.
9. The missing file ...(to find) at last. You can take it from my secretary.
10. The application forms should ...(to submit) in two days.

Passive Voice

Transform the sentences using the correct passive form.

1. The job involves a lot of paperwork.
2. The president scheduled the meeting for this afternoon.
3. They have solved the absenteeism problem this month.
4. We'll discuss the schedule at the next meeting.
5. They are meeting our delivery schedule.
6. They have been preparing the report for 2 days.
7. At 3 o'clock yesterday they were discussing the current rate of production.
8. By the end of the year the plant hadn't met the quota.
9. We can carry out market research.
10. They are going to spend \$5 million more.

Vocabulary

Translate into English

- 1) patent ideas
- 2) come up with solutions
- 3) to be swept away
- 4) timing
- 5) eponymous founder
- 6) плідна ідея
- 7) зразок, (модель, еталон)
- 8) план, (проект, програма)
- 9) невдача, (регрес, спад)
- 10) прорив, (велике науково-технічне досягнення)

- 11) життєздатна ідея
- 12) план, який реально можна виконати
- 13) оригінальний, (майстерний) винахід
- 14) безглузде, (недоречне) зауваження
- 15) смішна, (застаріла, безглузда) ідея
- 16) конкурентна перевага
- 17) технічна експертиза
- 18) обговорити щось колективно з метою виявлення творчих ідей
- 19) енергійно взятися за вирішення проблеми
- 20) проводити випробування

Пояснювальна записка до тесту за темою "Інновації"

Контрольна робота перевіряє рівень оволодіння студентами матеріалу розділів 7 – 8 курсу "Market Leader" [16].

Контрольна робота складається з наступних частин:

у реченнях 1 – 16 потрібно вжити правильні форми Passive Voice;

у реченнях 17 – 25 потрібно вжити правильно оформлені іменникові фрази; у реченнях 26 – 50 потрібно вжити необхідні за змістом лексичні одиниці студент демонструє навик вживання активної лексики в межах тем "Інновації", "Структура інноваційної діяльності компанії"). (Variant I) (Unit 7 – 8)

1. Many products... every year.
a) import b) imported c) are imported
2. All resumes... in a week.
a) will submitted b) will be submitted c) have been submitted
3. A lot of questions... by the time he came.
a) had been asked b) have been asked c) were asked
4. A very important production problem...now.
a) is solving b) is solved c) is being solved
5. This year the old equipment... by the new one.
a) have replaced b) has been replaced c) had been replaced
6. Last month he ... to the post of Sales Director.
a) promoted b) was being promoted c) was promoted
7. Steve Jobs ... Apple Computers.
a) founded b) was founded c) has been founded
8. When I came to the meeting the last issue ... and I understood I was late.
a) has been discussed b) was being discussed c) was discussed
9. Make sure your mobile phone ... off during important meetings.
a) switched b) is switched c) be switched
10. They realized their telephone conversation ... to.
a) had listened b) was listened c) had been listened

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ЇЇ РОЛЬ У ФОРМУВАННІ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ МАРКЕТОЛОГІВ НА ЗАНЯТТЯХ З ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

11. When ...itto postpone the talks?
a) did...decide b) was...decided c) has...been decided
12. All the documents must ... through.
a) look b) were looked c) be looked
13. They ... the marketing department at the moment.
a) are relocating b) are being relocated c) relocate
14. The visiting delegation ... by the president at the airport.
a) met b) is been met c) was met
15. The shipment may
a) delayed b) delay c) be delayed
16. The goods are expected by rail.
a) to send b) sent c) to be sent
- Choose the correct or the best phrase in each group.*
17. a) a theatre's article b) an article on the theatre c) a theatre article
18. a) the president's decision b) the president decision c) the decision of the president
19. a) a market survey b) a survey of a market c) a market's survey
20. a) the agent fee b) the fee of the agent c) the agent's fee
21. a) a bank loan b) a loan of a bank c) a bank's loan
22. a) an eight-hour day b) an eight hours day c) an eight hours' day
23. a) this year profit figure b) this year's profit figure c) the profit figure of this year
24. a) a recycling plant b) a plant of recycling c) a recycling's plant
25. a) a 2 million dollar ad campaign b) 2 millions dollar ad campaign c) ad campaign of \$2-million
26. ... is a sudden inspirational bright idea.
a) Brainwave b) Blueprint c) Breakthrough
27. ... is something that hinders progress.
a) Brainwave b) Setback c) Breakthrough
28. A plan for achieving or improving something is called a
a) brainwave b) blueprint c) prototype
29. ... is design and development of new and better products.
a) Innovation b) Blueprint c) Prototype
30. A model or initial version of something is called a
a) brainwave b) blueprint c) prototype
31. If a company has invested a lot of money in developing a product, it will take out a ... to protect its right to profit from the sales of that product.
a) patent b) innovation c) prototype
32. A/an ... product, method, process etc is new, different and better than those that existed before.
a) feasible b) viable c) innovative
33. The company decided not to proceed with Professor Grimshaw's idea because it was too
a) feasible b) viable c) impractical
34. His idea proved to be It was later developed into a very successful invention.
a) ridiculous b) viable c) impractical
35. Each year the Association awards prizes to companies with the most outstanding anideas.
a) ridiculous b) pointless c) feasible
36. Something that helps you to be better or more successful than others is called a
a) competitive advantage b) commercial success c) setback
37. Their success is based on the depth of technical
a) expertise b) exercise c) interface
38. A person who owns and runs a business, and is the only person responsible for it is called
a) limited company b) sole trader c) entrepreneur
39. ... is a company where individual shareholders lose only the cost of their shares if the company goes bankrupt.
a) limited company b) sole trader c) unlimited partnership
40. In a ..., all shareholders must agree before any shares can be bought or sold.
a) private limited company b) public limited company c) partnership
41. In a ..., shares are bought and sold freely.
a) private limited company b) public limited company c) partnership
42. In a/an ..., if the business fails partners are fully liable for all debts and may even have to sell personal assets.
a) limited partnership b) unlimited partnership c) public limited company
43. ... have no obligations in the running of the company but are entitled to a share of the profits and their liability is limited.
a) Shareholders b) Sole traders c) Sleeping partners
44. Buildings, land, investments, money, equipment are considered to be
a) personal assets b) personal liability c) business debts
45. Shares can be sold or bought
a) at the Board meeting b) at the Annual General Meeting c) on the stock exchange
46. Is when people working in an office do not each have their own desk but work where there is one available.
a) Desk-switching b) Hot-desking c) Flexible desking

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ЇЇ РОЛЬ У ФОРМУВАННІ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ МАРКЕТОЛОГІВ НА ЗАНЯТТЯХ З ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

47. They introduced ... working so the stuff can do homeworking, teleworking or telecommuting and only come to the office occasionally.
a) independent b) flexible c) impersonal
48. You should be well-qualified to ... this complicated problem.
a) tackle b) conduct c) come up with
49. The company's owner decided to ... traditional management styles in favour of people motivation.
a) tackle b) abolish c) switch
50. I wouldn't like to work for a company which is impersonal, bureaucratic and ...
a) caring b) market-driven c) slow-to-respond
- (Variant II) (Unit 7 – 8)**
1. Steve Jobs ... Apple Computers.
a) founded b) was founded c) has been founded
2. They realized their telephone conversation ... to.
a) had listened b) was listened c) had been listened
3. Many products... every year.
a) import b) imported c) are imported
4. All resumes... in a week.
a) will submitted b) will be submitted c) have been submitted
5. A lot of questions... by the time he came.
a) had been asked b) have been asked c) were asked
6. A very important production problem...now.
a) is solving b) is solved c) is being solved
7. This year the old equipment... by the new one.
a) have replaced b) has been replaced c) had been replaced
8. All the documents must ... through.
a) look b) were looked c) be looked
9. They ... the marketing department at the moment.
a) are relocating b) are being relocated c) relocate
10. The visiting delegation ... by the president at the airport.
a) met b) is been met c) was met
11. The shipment may ...
a) delayed b) delay c) be delayed
12. The goods are expected by rail.
a) to send b) sent c) to be sent
13. Last month he ... to the post of Sales Director.
a) promoted b) was being promoted c) was promoted
14. When ...itto postpone the talks?
a) did...decide b) was...decided c) has...been decided
15. When I came to the meeting the last issue ... and I understood I was late.
a) has been discussed b) was being discussed c) was discussed
16. Make sure your mobile phone ... off during important meetings.
a) switched b) is switched c) be switched
- Choose the correct or the best phrase in each group.*
17. a) a bank loan b) a loan of a bank c) a bank's loan
18. a) an eight-hour day b) an eight hours day c) an eight hours' day
19. a) this year profit figure b) this year's profit figure c) the profit figure of this year
20. a) a recycling plant b) a plant of recycling c) a recycling's plant
21. a) a theatre's article b) an article on the theatre c) a theatre article
22. a) the president's decision b) the president decision c) the decision of the president
23. a) a market survey b) a survey of a market c) a market's survey
24. a) the agent fee b) the fee of the agent c) the agent's fee
25. a) a 2 million dollar ad campaign b) 2 millions dollar ad campaign c) ad campaign of \$2-million
26. A plan for achieving or improving something is called a ...
a) brainwave b) blueprint c) prototype
27. ... is a sudden inspirational bright idea.
a) Brainwave b) Blueprint c) Breakthrough
28. ... is something that hinders progress.
a) Brainwave b) Setback c) Breakthrough
29. If a company has invested a lot of money in developing a product, it will take out a ... to protect its right to profit from the sales of that product.
a) patent b) innovation c) prototype
30. ... is design and development of new and better products.
a) Innovation b) Blueprint c) Prototype
31. A model or initial version of something is called a ...
a) brainwave b) blueprint c) prototype
32. His idea proved to be It was later developed into a very successful invention.
a) ridiculous b) viable c) impractical
33. Each year the Association awards prizes to companies with the most outstanding and ...ideas.
a) ridiculous b) pointless c) feasible
34. A/an ... product, method, process etc is new, different and better than those that existed before.
a) feasible b) viable c) innovative
35. The company decided not to proceed with Professor Grimshaw's idea because it was too
a) feasible b) viable c) impractical
36. Something that helps you to be better or more successful than others is called a ...
a) competitive advantage b) commercial success c) setback

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ЇЇ РОЛЬ У ФОРМУВАННІ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ МАРКЕТОЛОГІВ НА ЗАНЯТТЯХ З ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

37. Their success is based on the depth of technical ...

- a) expertise b) exercise c) interface

38. ... have no obligations in the running of the company but are entitled to a share of the profits and their liability is limited.

- a) Shareholders b) Sole traders c) Sleeping partners

39. Buildings, land, investments, money, equipment are considered to be ...

- a) personal assets b) personal liability c) business debts

40. Shares can be sold or bought ...

- a) at the Board meeting b) at the Annual General Meeting c) on the stock exchange

41. In a ..., all shareholders must agree before any shares can be bought or sold.

- a) private limited company b) public limited company c) partnership

42. In a ..., shares are bought and sold freely.

- a) private limited company b) public limited company c) partnership

43. A person who owns and runs a business, and is the only person responsible for it is called

- a) limited company b) sole trader c) entrepreneur

44. ... is a company where individual shareholders lose only the cost of their shares if the company goes bankrupt.

- a) limited company b) sole trader c) unlimited partnership

45. In a/an ..., if the business fails partners are fully liable for all debts and may even have to sell personal assets.

- a) limited partnership b) unlimited partnership c) public limited company

46. The company's owner decided to ... traditional management styles in favour of people motivation.

- a) tackle b) abolish c) switch

47. I wouldn't like to work for a company which is impersonal, bureaucratic and ...

- a) caring b) market-driven c) slow-to-respond

48. ... Is when people working in an office do not each have their own desk but work where there is one available.

- a) Desk-switching b) Hot-desking c) Flexible desking

49. They introduced ... working so the staff can do homeworking, teleworking or telecommuting and only come to the office occasionally.

- a) independent b) flexible c) impersonal

50. You should be well-qualified to ... this complicated problem.

- a) tackle b) conduct c) come up with

Висновок. Отже, професійна спрямованість навчання іноземній мові майбутніх маркетологів з питань інноваційної політики маркетингу є одним з найважливіших аспектів формування професійної компетенції майбутніх маркетологів. Інтенсивний розвиток міжнародних зв'язків, створення спільних підприємств вимагають від вищої школи посиленої уваги до підготовки майбутніх маркетологів у галузі комунікативної діяльності, до оволодіння уміннями ділового спілкування англійською мовою під час обговорення та розв'язання проблем інноваційного характеру. Маркетинг потребує, щоб всі аспекти господарської діяльності планувалися та здійснювалися з постійною орієнтацією на ринкові відносини і запити споживачів [6].

Слід пам'ятати, що на перше місце завжди потрібно ставити споживача та його вимоги до товару, тобто постійно вкладати кошти в інноваційну політику підприємства [5].

1. Бондаренко С. В. Авторське право і суміжні права. Навчальний посібник. – К.: ІВП. – 2004. – 260 с.

2. Вачевський М. В. Маркетинг. Формування професійної компетенції. Підручник. – К. 2005. – 510 с.

3. Вачевський М. В., Скотний В. Г., Мадзігон В. М., Левченко Г. Е., Вачевський О. М., Примаченко Н. М. Основи економічних знань. 10 – 11 клас. Підручник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 536 с.

4. Вачевський М. В., Кремень В. Г., Мадзігон В. М. Інтелектуальна власність: теорія і практика інноваційної діяльності. Підручник. – К.: "Професіонал", – 2005. – 448 с.

5. Вачевський М. В. Промисловий маркетинг – основні поняття і визначення для формування професійних компетенцій у маркетологів // Молодь і ринок. – 2008. – №6(41). – С. 23 – 28.

6. Вачевський М. В. Вивчення курсу інтелектуальної власності як важливого компонента у підготовці майбутніх маркетологів / Молодь і ринок. – 2006. – №1(16). – С. 20 – 25.

7. Вовканич С. Й. Інноваційний розвиток України як стратегія реалізації її національної ідеї // Регіональна економіка. – 1999. – №2. – С. 37 – 50.

8. Грінченко Т. Д., Дубовик О. В. Маркетинг. Навчальний посібник: Київ: Фірма "Інкос", Центр навчальної літератури, 2007. – 255 с.

9. Давимука С. А. Теоретико-методологічні аспекти приватизації і механізми її реалізації

СТРАТЕГІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ФОРМУВАННЯ В ГУРТКІВЦІВ КОНСТРУКТИВНО-ТЕХНІЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ В ПОЗАШКІЛЬНИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ

в Україні. Львів, Інститут регіональних досліджень НАН України. – 1998. – 339 с.

10. Данилова З. В., Турчин Л. Р. Ділова англійська мова. Основи менеджменту. Навчальний посібник англійською мовою. – Тернопіль: 2006. – 224 с.

11. Єрмошенко М. М. Маркетинговий менеджмент: Посібник. – К.: 2001. – 204 с.

12. Кремень В. Г. Освіта у ХХІ столітті. Вища школа. – №4. – 2002. – С. 9 – 17.

13. Прокопенко О. В., Школа В. Ю., Дегтяренко О. О., Махнула С.М. Інфраструктура

товарного ринку. Навчальний посібник: К.: Центр учбової літератури, 2007. – 296 с.

14. Староконь Л. О. Ділова англійська мова. Маркетинг: Навчально-методичний посібник: Курс лекцій. – Дрогобич. – 2007. – 222 с.

15. Business in Market Economy. Texts. Polygon (Humberside) Limited. 2000.

16. David Cotton, David Falvey, Simon Kent. Market Leader. Intermediate Business English Book. Pearson Education Limited, 2002.

17. English. Linguaphone Course. Linguaphone Institute Limited, London. 1992. – 218 p.

Ярослав Кепша, кандидат педагогічних наук, доцент

Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

СТРАТЕГІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ФОРМУВАННЯ В ГУРТКІВЦІВ КОНСТРУКТИВНО-ТЕХНІЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ В ПОЗАШКІЛЬНИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ

У статті розглядаються стратегія організації формування конструктивно-технічної компетентності в технічних гуртках. Досліджується пошук оптимальної форми організації навчально-виховного процесу в позашкільних навчальних закладах технічного профілю з метою забезпечення росту компетентності гуртківців. Автор здійснює короткий огляд тих основних функцій, які безпосередньо впливають на наступність розв'язання конструктивно-технічних завдань гуртківцями в позашкільних технічних закладах технічного профілю.

Постановка проблеми. Однією з основних вимог допрофесійно-технічної освіти в позашкільних навчальних закладах технічного профілю є вимога забезпечення її якості. Головним мірилом якості освіти стає компетентність особистості. Допрофесійна технічна освіта все більше орієнтується на підготовку кваліфікованого фахівця відповідного рівня та профілю, конкурентоздатного на національному та європейському ринках праці, компетентного спеціаліста, який не тільки вільно володіє вибраною професією а й орієнтується в суміжних галузях діяльності, та готовий до постійного професійного росту, соціальної і професійної мобільності. Сучасне суспільство більше зацікавлені не в оцінках засвоєння освітньої програми, не тільки в якості знань, умінь, навичок майбутнього працівника, а більше в його компетентності та компетенції. Воно зацікавлене у фахівцеві, який в оптимальні терміни зможе реалізувати певний проект, спрямований на розв'язання проблеми розвитку або виживання організації.

За останнє десятиріччя в усьому світі в тому числі і в Україні вимоги до результатів освіти фор-

муються здебільшого за допомогою категорій “компетентність”, “компетенції”. Так, відповідно до Програми Кабінету Міністрів України “Назустріч людям”, серед основних завдань сучасної освіти є формування загальнонаукової, загальнокультурної, технологічної, комунікативної і соціальної компетентностей на основі засвоєння системи знань про природу, людину, суспільство, культуру, виробництво, оволодіння засобами пізнавальної й практичної діяльності [1, 1].

Тому нині зростає увага до вивчення різних виявів компетентності як передумов на шляху підготовки особистості до життєвої діяльності, успішного самоствердження й взаємодії з навколишнім світом. Більше того, розв'язання проблеми технічної компетентності гуртківців позашкільних навчальних закладів має важливе значення й тому, що стосується вирішального моменту в самореалізації, самовизначенні та самоусвідомленні особистості.

Аналіз останніх досліджень. Нині проблема компетентності гуртківців позашкільних технічних навчальних закладів знаходить віддзерка-