

## **ОБУЧЕНИЕ ДЕЛОВОМУ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ СТУДЕНТОВ ТЕХНИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ**

**В.В. Чмель**

*Национальный технический университет Украины  
«Киевский политехнический институт»*

Современный цивилизованный мир охвачен процессами глобализации, стремительного развития международной торговли, и, следовательно, расширением сфер международного общения. Еще 20 лет назад ни в школах, ни в вузах никто не думал о необходимости изучения делового английского языка. Сегодня же сама жизнь создает благоприятные условия для активизации усилий студентов, учитывая увеличение возможностей выхода на международный рынок, и приобретение знаний и навыков делового общения становится для них первоочередной задачей.

Развитие деловой активности в Украине значительно повысило интерес к изучению делового английского языка. В Программе по английскому языку для профессионального общения (2005) отмечается, что создание Европейского пространства высшего образования выдвигает серьёзные требования к повышению мобильности студентов, их свободному доступу к информации, а также международному общению [1]. Поэтому перед вузами возникает задача дать будущим специалистам адекватную языковую подготовку, которая в будущем позволит им успешно конкурировать на международном рынке, вести бизнес и свободно общаться на иностранном языке. Практически в каждом высшем учебном заведении Украины сегодня уделяют внимание обучению студентов старших курсов базовой деловой лексике и терминологии, правилам ведения деловой переписки, общению с бизнес партнерами и т. д.

Однако обучение иностранному языку студентов в технических вузах имеет ряд особенностей. С одной стороны, подготовка выпускников школ не всегда соответствует уровню B1, что существенно осложняет обучение студентов первого курса. С другой стороны, в отличие от будущих лингвистов, для которых язык является областью их профессиональной деятельности, студенты технических специальностей не всегда осознают необходимость изучения иностранного языка. Повышение мотивации, поиск новых эффективных методов обучения становятся главной задачей преподавателей в современных высших технических учебных заведениях.

В Национальном техническом университете Украины «Киевском политехническом институте» английский язык изучается на протяжении всех шести лет обучения, и элементы делового общения вводятся в программу, начиная с третьего курса. Студенты приобретают навыки написания резюме, различных видов деловых писем (Letter of Application, Letter of Inquiry, Letter of Complaint, Letter of Order, Letter of Apology, etc.), составления и обсуждения условий контрактов, ведения переговоров, проведения выставок, общения с деловыми партнерами по телефону. При этом преподавателями используются аутентичные материалы и уделяется внимание развитию всех видов речевой деятельности.

Учитывая дифференцированный подход к обучению, для студентов, имеющих слабый уровень подготовки по иностранному языку, можно использовать учебники ‘We Mean Business’ и ‘We’re in Business’ by Susan Norman. Они содержат необходимые темы для получения базовых знаний по деловому английскому языку, а задания ориентированы преимущественно на развитие коммуникативных навыков, при этом каждый раздел включает упражнения на аудирование и написание писем, оформление заказов и т.п., что позволяет развивать другие виды речевой деятельности. При работе с учебным материалом студенты не испытывают особых трудностей т.к. он не отягощен сложными грамматическими конструкциями.

Например, на 4 курсе при изучении темы ‘At the Company’s Office’ студенты получают базовые знания о типах компаний, их видах деятельности, осваивают лексику, а также учатся принимать собственные решения в конкретных ситуациях. Чтобы проверить, как студенты усвоили материал можно предложить им заполнить таблицу, содержащую информацию об основных видах ведения бизнеса, учитывая, что студенты технических специальностей лучше усваивают структурированный материал, например, в виде таблиц.

Complete the table about the four main kinds of business in Britain

Type of business	Number of owners	Name of owners	Liability of Owners	If the business fails	Additional information
Sole trader	a	b	Unlimited	The owner goes c	
d	e	partners			

f	2-50	g	H	Compa- ny goes i	Name of company includes word Limited or abbreviation Ltd. Shares sold privately with agreement of other shareholders. Must have Memorandum of Association and Articles of Association. Name of company includes words Public Limited Company or abbreviation plc. Shares sold k
---	------	---	---	------------------------	--

Организовать работу в группах можно, предложив обсудить возможность создания своей собственной компании, исходя из предложенных условий. What type of company would you start in the following situations? There is no one correct answer. You may think of more than one possibility. Give reasons for the decisions you make.

1. You and your brother want to start a workshop in the town they live. There are already two workshops in the town owned by young men. Your bank will lend you the necessary amount of money. 2. Two friends have decided to start a company which they will work in. Both of them have small children. 3. You want to sell spare parts for conditioners. You need £1000 capital which you can borrow from your sister. [3]

Для студентов, имеющих хорошую языковую подготовку, можно использовать учебник 'Market Leader' (Intermediate Business English) by David Cotton, David Falvey and Simon Kent. В нём удачно сочетаются задания, позволяющие не только ознакомиться с понятиями и терминологией, используемой в бизнесе, но и закрепить навыки чтения, аудирования, письма и, что особенно важно, делового общения в конкретных жизненных ситуациях. Однако при ограниченном количестве аудиторных занятий необходимо использовать задания, позволяющие максимально задействовать студентов, и при этом не имеющие однозначного решения, что стимулирует коммуникацию. Такой подход предполагает групповую работу, охватывающую всех студентов, которые должны отстаивать конкретную точку зрения, приводя аргументы в ходе дискуссии. Авторы 'Market Leader' предлагают после каждого раздела ситуации и проблемы, возникающие в реальном мире бизнеса, которые тесно связаны с темой занятия и позволяют применить полученные языковые и коммуникативные навыки на практике. Для закрепления изученного материала в завершение предлагается студентам выполнить индивидуальное письменное задание: составить отчет, написать письмо, подготовить пресс ре-

лиз. В качестве дополнительных заданий можно использовать деловые игры, которые позволяют расширить автономию студента, дать ему самостоятельно выбрать те средства языка, которые позволят ему решить поставленную задачу.

Конечно, учитывая специфику обучения студентов технических специальностей, разный уровень их подготовки, практически невозможно использовать единый учебник. Поэтому преподавателям приходится подбирать учебный материал согласно программе обучения, разрабатывать собственные задания с учётом особенностей студентов, что создаёт определённые сложности при подготовке к занятиям.

Подводя итог, следует отметить, что повышение требований к владению иностранным языком выпускниками инженерных специальностей требует от преподавателей не только изучения отечественного и зарубежного опыта, но и творческого подхода к внедрению наиболее эффективных и инновационных методов обучения.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Загальноєвропейські Рекомендації з мовної освіти: вивчення, викладання, оцінювання / Наук. редактор укр. видання доктор пед. наук, проф. С.Ю. Ніколаєва. – К. Ж. Ленвіт, 2003. – 273 с.
2. Cotton D., Falvey D., Kent S. Market Leader, Intermediate Business English. – Pearson. – 2004. – 178 p.
3. Norman S. We're in Business. English for Commercial Practice and International Trade, Students Book. – Longman, 1990. – 140 p.

### **КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ЦЕЛЕЙ ВООРУЖЁННОЙ БОРЬБЫ В ИНТЕРВЬЮ ПОЛИТИЧЕСКИХ ДЕЯТЕЛЕЙ**

**Д.А. Щитова**

*Томский государственный университет*

Имидж является мощным способом воздействия на общественное сознание, поэтому его обладатели пытаются использовать все возможные средства, в том числе речь, для формирования желаемого впечатления о себе. Цель данной статьи – рассмотреть способы концептуализации целей вооруженной борьбы в интервью политических деятелей в аспекте моделирования имиджа. Предметом исследования является реализация лексико-семантического поля «Цели вооруженной борьбы» в интервью лидеров разных стран, объектом – формируемые посредством него имиджевые роли политиков.