

совершенствует креативность их мышления[1,2]. На практических занятиях ФММП по деловому иностранному языку в конце практически каждого раздела, который изучают студенты, есть возможность разыграть по ролям ситуацию, в которой они проводят переговоры с деловыми партнерами в заданных условиях. Для этого студентам необходимо написать свои роли, используя изученные речевые конструкции, проявить креативность в решении заданных проблем, изучить тактику ведения переговоров и особенности их ведения в разных странах. При этом то, как будут развиваться события, зависит уже от особенностей личности студентов, что, в свою очередь, свидетельствует о реализации на занятиях личностно-ориентированного подхода в обучении андийскому языку. Данный метод является эффективным средством формирования навыков иноязычной коммуникации в сфере экономики.

Последний метод обучения английскому языку студентов экономических специальностей, который мы рассмотрим в данной статье – метод дискуссии. Этот метод определяется как такой вид педагогической деятельности, который включает в себя письменное или устное выражение различных точек зрения по заданной ситуации [7]. Правильная дискуссия поможет студентам достигнуть понимания изучаемой темы, повысить их уровень осведомлённости в определенной сфере, а также позволит сформировать у студентов навык самокритики и умение доказывать свою точку зрения, используя проверенные источники информации. Метод дискуссии является эффективным методом проверки понимания студентами изученного материала, а также способствует уважительному отношению к мнению отличному от собственного.

Заключение. Решение задач, которые ставятся перед студентами с помощью описанных выше образовательных технологий, требует от будущих экономистов подробного изучения не только теоретического, лексического и грамматического материала по заданной теме, но и проведения исследования в сети Internet, с целью изучения опыта международных и локальных организаций в заданных коммерческих ситуациях. Данные педагогические методы способствуют повышению уровня самостоятельности студентов экономических специальностей и развитию культуры деловой речи на английском языке. В процессе выполнения заданий посредством технологий дискуссии, role-play и case study растет уровень научно-технической подготовки студентов и реализуется принцип профессионально-ориентированного образования.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бочкарева М.М. Рольевые игры в профессиональной коммуникативной подготовке специалистов в сфере туризма. Диссертация... кандидат педагогических наук, Москва, 2007.
2. Гуспова М.Н. Инновационные педагогические технологии: учебник. Москва. 2018.
3. Нурлыева М.А. Метод кейс-стади в обучении устному переводу // Молодой ученый. – 2018. - №12. – С.165-167.
4. Образовательный стандарт высшего образования. [Электронный ресурс]: ОСВО 1- 27 03 01. – Минск: Министерство образования РБ, 2018. – Режим доступа: https://edustandart.by/media/k2/attachments/os_1-27-03-01_101018.pdf. – Дата доступа: 27.02.2022.
5. Образцов П.И., Иванова О.Ю. Профессионально-ориентированное обучение иностранному языку на неязыковых факультетах вузов: Учебное пособие / под ред. П.И. Образцова. – Орел: ОГУ. – 2005. – 114 с.
6. Чудайкина Г.М., Логинова Н.Ю., Костоварова Р.В. Особенности применения метода case study в преподавании иностранного языка в высшей школе // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2016. - №1. – С.66-73.
7. Sybing, R. Considerations for discussion activities for beginner EFL learners. Journal of the Nanzan Academic Society. – 98. – P. 163-169.

УДК 372881.111.1

MAKE HAY WHILE THE SUN SHINES

М.В. Храпцова, ФММП БНТУ, г. Минск

Abstract – the article considers the problems faced by the students while writing about foreign economic activity of the projected enterprise in their diploma thesis. It suggests integrating the topic of foreign economic activity into business English classes for students at intermediate and upper intermediate level. Besides, it considers methods of language practice based on the above- mentioned material and encourages teachers to develop various individual strategies to cope with the task.

Key words: foreign economic activity (FEA), diploma thesis, Power Point presentation, group engagement.

Introduction. When it comes to writing their diploma thesis, the majority of students at high school of economics are challenged with plenty of brand new tasks within tight deadlines. One of them is writing a chapter on foreign economic activity of their projected enterprise. They often get down to this work being unaware of the pitfalls and without any previous experience of this kind of research simultaneously preoccupied with too many other and more daunting tasks which make their diploma thesis. The teachers of business English could lessen this burden and take away a lot of stress and sleepless nights by simply integrating the topic of foreign economic activity into their classes in advance. After introducing the subject in a series of steps and different class activities our students will feel much more comfortable and

confident doing the kind of research and describing foreign economic activity of the enterprise in their thesis as the path has already been trodden. This initiative to start learning and discussing foreign trade activities of local enterprises takes some time and creative approach on the part of the teachers. Still it will save them a lot of time afterwards.

Main body. This work should be based on a subsequent unit of their English textbook. In our case, Market Leader Intermediate the third edition, which contains unit 9 called International Markets or unit 2 International Marketing in Market Leader Upper Intermediate, they both suit for the purpose perfectly. Firstly, unit 9 provides all the topical vocabulary on the subject, vocabulary and listening-comprehension exercises. Moreover, this unit acknowledges our students with basic facts about free trade principles, obstacles and protectionism, which they will obviously need for further discussion or group debates. Then it is high time to make a step towards digesting the topic of foreign economic activity of the enterprise. The students can be invited to discuss what they think about the concept of foreign economic activity and choose the best definition, what foreign trade operations they can name, list the exporters and importers in the world and especially in the local market. At this stage, it is appropriate to involve the group into discussion of the foreign trade benefits for the enterprise comparing companies working at the local and global market. Finally, they should summarize all the advantages identified in the course of discussion. To say nothing of developing speaking skills, the kind of activity encourages analytical thinking, generalization of information and invites them to apply variety of knowledge on economics.

The second step is optional for the teacher, for instance, it can be taken towards the structure of the foreign economic activity department of the company engaged in the supply of its products abroad (exports) and the one engaged in purchasing foreign products (imports). The students can google this information, then share it with the group and try to predict the responsibilities of the Head of the foreign economic activity department, the deputy chief, economist of the foreign economic activity department, expert on customs regulation, specialist in foreign exchange operations and protocol bureau and then check with the help of their teacher. Talking about the responsibilities of an expert on customs regulation, students can try to guess which docs are used to carry out this type of activities. After that, they can be given a home task to find out what routine documents circulate in the department, for example customs clearance, customs declaration, licenses and so on and make a list of ten documents .

The third step is the main one, as the previous are considered as introduction. It will blow a bit of life into their studies. The student audience can be divided into small groups and each group chooses any Belarussian enterprise engaged into foreign economic activity, for example, OJSC BELARUSKALI or footwear company BELWEST and prepare a power point presentation on their international activities with attractive slide design, clip art and graphics according to the plan (it can be optional):

- basic information about the company (in short),
- forms of the enterprise FEA,
- information about FEA department, its composition, functions and tasks,
- countries of operation,
- marketing strategies, branding, aimed at foreign markets,
- benefits and gains from FEA , their share in the total incomes of the enterprise,
- documents circulating in FEA,
- ethical norms and values to stick to, especially in FEA
- strategic plans and so on

each power point presentation should become a subject for active discussion in a student group. PowerPoint presentation can enhance and improve comprehension and recall for all students. Then it is time for students' questions, which are intended to fill in the gaps in the report, clarifying different aspects of the enterprise FEA, which were not emphasized or did not get enough presenter's attention. The electronic file format allows modification for/by students.

The other points of interest include Belarussian legislation on FEA, the main regulations can become a subject for a group dispute or dialogues whereas students express their opinions on the protectionism or liberalization of trade in our Republic. The issue of business ethics can also be handy in such a class , students can be challenged with identifying risk areas modern companies face in the international markets, what ethical norms and values are vital to be allowed to European markets and avoid wrongdoings. They can write these norms and values for the Code of Ethics of any Belarussian enterprise engaged in FEA and then google and compare them.

Conclusion. Thus, working on different aspects of foreign economic activity we make hay while the sun shines which is also true for the business English teachers. It requires some preliminary work and thorough selection of relevant articles on achievements or scandals in this field on the news sites, which can trigger group discussion and add real life spice into the classroom. These small steps will inevitably result in a big leap for our students in the direction.

REFERENCES

1. Richards J.C. Approaches and methods in language teaching / J.C. Richards // *Cambridge Core - ELT Applied Linguistics: Cambridge, Cambridge University Press (2nd Ed.)*.- 2001.
2. 50 PowerPoint Ideas to Inspire your Next Presentation [Electronic resource]: Creative Market, - 2021. Mode of access: <https://creativemarket.com/blog/powerpoint-ideas>. - Date of access: 16.02.2022.
3. Oral Presentation and PowerPoint [Electronic resource]: e-Education Institute, 2006. - Mode of access: https://www.e-education.psu.edu/styleforstudents/c7_p4.html-. Date of access: 16.02.2022.
4. Jeyasala, V.R. A Prelude to Practice: Interactive Activities for Effective Communication in English [Electronic resource] V.R. Jeyasala // CELC Symposium 2014 – Mode of access:

УДК 378.147

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АУТЕНТИЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ НАВЫКОВ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ

Н. В. Шевченко, ФММП БНТУ, г. Минск

Abstract – this article analyses the issues related to the use of assignments based on authentic advertising texts in the foreign language lessons. It also describes language activities meant to enhance students' speaking skills, motivate learners and develop their critical thinking. Analysis of advertisement can help raise students' media literacy.

Key words: advertising materials, authenticity, communication skills, foreign languages, media education.

Введение. В методике преподавания иностранных языков уделяется особое внимание проблемам использования аутентичных материалов. Аутентичные материалы – это тексты или видеоматериалы, взятые из оригинальных источников и содержащие подлинные грамматические и языковые элементы. Оригинальный текст – важнейший источник информации на занятиях по иностранным языкам, который как правило отражает национальные особенности страны того языка, который изучают студенты.

Рекламный текст обладает важной коммуникативной функцией. Он способствует передаче информации о товаре или услуге. Реклама ежедневно присутствует в жизни социума, что делает ее частью человеческой жизни. В обществе существуют споры относительно пользы и вреда рекламы. Они дают возможность говорить как о позитивном, так и негативном отношении к рекламе. Однако невозможно освободить социум от рекламы. Рекламные материалы влияют на сознание потребителей в большой степени. Поэтому мы решили рассмотреть вопросы использования рекламных материалов в учебных целях. Их применение является актуальным при обучении английскому языку, а именно для развития коммуникативных навыков.

Известно, что в процессе обучения иностранным языкам очень важным является вопрос межкультурного общения. Кроме различных художественных, страноведческих материалов есть тексты рекламной направленности. Рекламные материалы являются одним из ярких явлений современности, из которых мы можем получать информацию о последних направлениях развития языка.

Следует отметить, что рекламные материалы следует классифицировать как медиатексты и можно рассматривать как компонент медиаобразования. Медиаобразование (англ. media education) - процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления [5].

Основная часть. У преподавателей иностранных языков может возникнуть вопрос, каким образом нужно работать с рекламными материалами на занятиях по иностранным языкам. При тщательном отборе и передаче аутентичных рекламных текстов процесс подготовки студентов по иностранным языкам будет проходить намного эффективнее и успешнее. Оригинальная печатная и визуальная реклама содержит в себе большое количество возможностей для создания проблемных заданий для совершенствования коммуникативных навыков.

Преимуществами использования рекламных материалов в заданиях проблемного характера при обучении иностранным языкам можно назвать максимальный объем информации при минимальных объемах текстов. К тому же, рекламный текст является лаконичным и выразительным. Таким образом, преподаватель достаточно просто может моделировать такой текст в проблемные задания разных видов. Еще одним из преимуществ работы с рекламными материалами является их доступность. Поиск аутентичного рекламного текста на английском языке сегодня не представляет трудностей. Для этого нужно посетить англоязычный сайт или обратиться к журналу на иностранном языке.

При выборе рекламных материалов к учебным занятиям следует учитывать, что целевая аудитория рекламы делится на несколько групп: дети, подростки, молодые женщины, мужчины, бизнесмены и другие. Рекламные материалы также подразделяются по носителю в СМИ: печатные, телевизионные, интернет-реклама и реклама на радио [2].

Следует также обратить внимание на речевые и грамматические особенности рекламных текстов. Как отмечает С.Ю. Стрелкова, во многих рекламных текстах широко используются “обиходно-разговорные грамматические конструкции, которые позволяют имитировать непринужденную устную речь. К данным грамматическим конструкциям можно отнести неполные утвердительные предложения и вопросы [1].

У преподавателей возникает вопрос, как правильно работать с рекламными материалами на занятиях. При работе с рекламными материалами в обучении иностранным языкам хорошей возможностью является дифференциация проблемных заданий. Например, студентам можно предложить следующие задания:

1. Придумайте слоган к рекламному тексту.