

**ЗБІРНИК НАУКОВИХ МАТЕРІАЛІВ
СXXXVII МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ - КОНФЕРЕНЦІЇ**

el-conf.com.ua

**«РОЗВИТОК НАУКИ ТА ТЕХНІКИ:
ВИКЛИКИ 2024 РОКУ»**

19 СІЧНЯ 2024 РОКУ



М. ЧЕРНІВЦІ

Розвиток науки та техніки: виклики 2024 року,
СXXXVII Міжнародна науково-практична інтернет-
конференція. – м. Чернівці, 19 січня 2024 року. – 300 с.

Збірник тез доповідей укладено за матеріалами доповідей СXXXVII Міжнародної науково-практичної інтернет - конференції «Розвиток науки та техніки: виклики 2024 року», 19 січня 2024 року, які оприлюднені на інтернет-сторінці el-conf.com.ua

Адреса оргкомітету:
21018, Україна, м. Вінниця, а/с 5088
e-mail: el-conf@ukr.net

Оргкомітет інтернет-конференції не завжди поділяє думку учасників. У збірнику максимально точно збережена орфографія і пунктуація, які були запропоновані учасниками. Повну відповідальність за достовірну інформацію несуть учасники, наукові керівники.

Всі права захищені. При будь-якому використанні матеріалів конференції посилання на джерела є обов'язковим.

<i>Нарольська С.А., Нарольський В.М.</i> МОНИТОРИНГОВА СИСТЕМА УКРАЇНИ РАДІАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ	177
<i>Немога В.В.</i> ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПАСАЖИРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ НА ПРИМІСЬКОМУ АВТОМОБІЛЬНОМУ ТРАНСПОРТІ	180
<i>Ніколенко Ю.О.</i> ВИБОРЧИЙ ПРОЦЕС ЯК ОБ'ЄКТ ВИБОРЧОЇ ІНЖЕНЕРІЇ	182
<i>Новохатня Т.М.,</i> ЕФЕКТИВНЕ ВИВЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ДЛЯ ІТ-ФАХІВЦІВ: НОВІ ПІДХОДИ ТА СЕРВІСИ	189
<i>Огарєнко Т.А.</i> ФУНКЦІЇ НОМІНАТИВІВ У ТВОРАХ ЛЕСІ УКРАЇНКИ	193
<i>Ольшанський Д.В.</i> ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДИКИ ІНТЕГРОВАНОГО НАВЧАННЯ МОВИ І ПРЕДМЕТУ У ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ РЕКЛАМИ ТА ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ	197
<i>Паска А.</i> СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕДАГОГІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МУЗЕЇВ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ ТА РЕСПУБЛІКИ ПОЛЬЩА	202
<i>Пахолок В.П., Мельник В.О.</i> ВИРОЩУВАННЯ ДУБОВИХ ДЕРЕВОСТАНІВ НА ПРИКЛАДІ ХМІЛЬНИЦЬКОГО ЛІСНИЦТВА ФІЛІЇ «ВІННИЦЬКОГО ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА» ДП «ЛІСИ УКРАЇНИ»	208
<i>Петрик Н.М.,</i> ОСВІТА: ВИКЛИКИ ПІД ЧАС ВІЙНИ.....	210
<i>Петриковський А.І.</i> ПРАКТИЧНІ ЗАГРОЗИ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ В УКРАЇНІ.....	214
<i>Посулько О.В.</i> УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЗА РАХУНОК ВПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО МАРКЕТИНГУ	218

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДИКИ ІНТЕГРОВАНОГО
НАВЧАННЯ МОВИ І ПРЕДМЕТУ У ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ
ІНШОМОВНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ МАЙБУТНІХ
ФАХІВЦІВ РЕКЛАМИ ТА ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

Ольшанський Д.В.,

канд. пед. наук, доцент,

доцент кафедри англійської мови та комунікації,

Київський столичний університет

імені Бориса Грінченка,

м. Київ, Україна

У програмних документах, які регламентують професійну підготовку майбутніх фахівців реклами та зв'язків з громадськістю, очікуваним результатом цього процесу визначено здатність фахівця вільно спілкуватися державною та іноземною мовами усно і письмово для обговорення професійної діяльності, результатів досліджень та інновацій, пошуку та аналізу відповідної інформації [1]. Необхідно внести уточнення, що майбутня професійна діяльність спеціалістів окремих напрямів передбачає більшу інтенсивність іншомовної комунікації у професійній сфері у порівнянні з більшістю спеціальностей, і це стосується насамперед фахівців у сфері реклами та зв'язків з громадськістю [2, с. 2]. Галузь реклами та зв'язків з громадськістю належить до таких напрямів професійної діяльності, які у сучасному глобалізованому світі нерозривно пов'язані з використанням англійської мови як інструменту міжнародного спілкування незалежно від таких чинників як цільова аудиторія або географія діяльності. Отже, ефективність професійної діяльності сучасного рекламіста забезпечується відносно високим рівнем англійської мовленнєвої компетентності, здатністю виконання типових для цієї професії мовленнєвих завдань усної та писемної комунікації.

Наукова проблематика, пов'язана з професійною підготовкою фахівців в галузі реклами та зв'язків з громадськістю постійно

перебуває у центрі уваги дослідників, зокрема, у дослідженнях І. Афанасьєва, Н. Горбенко, Т. Коржової, О. Курбана, Г. Почепцова, І. Тітаренко, В. Шияна та інш. Також, не обійдені увагою науковців питання формування іншомовної мовленнєвої компетентності майбутніх фахівців у сферах реклами та маркетингу (С. Вернигора, О. Казакевич, І. Ромашенко, І. Чорна та інш.) Тим не менш, розвиток суспільства та освіти залишає простір для подальших наукових розвідок у цьому напрямі, зокрема, стосовно використання методики інтегрованого навчання мови та предмету, яка дедалі більше набуває популярності у колах науковців та викладачів-практиків.

Отже, **метою** нашого дослідження є визначення особливостей використання методики інтегрованого навчання мови і предмету у процесі навчання англійської мови за професійним спрямуванням майбутніх фахівців реклами та зв'язків з громадськістю.

Методика інтегрованого навчання мови і предмету (*Content and Language Integrated Learning*) в останні роки набула популярності у вищій школі та професійній освіті зокрема. Методика передбачає організацію навчального процесу у такий спосіб, що студенти оволодівають знаннями з фаху, використовуючи іноземну мову, а розвиток іншомовних навичок і вмінь здійснюється відповідно до організаційної структури і тематики фахових предметів [3, с. 117]. Ефективність цієї методики зумовлюється тим, що під час навчання паралельно формуються фахові компетентності та іншомовна мовленнєва компетентність, у той час як студенти ознайомлюються з фаховою термінологією відразу двома мовами. Проте, існують небезпідставні побоювання, що у зазначений спосіб студенти оволодівають знаннями, уміннями та навичками мовленнєвої діяльності англійської мови не достатньо ґрунтовно, оскільки акцент під час навчання здійснено насамперед на навчальних матеріалах з фахового напрямку, і лише опосередковано – на явищах мови, що вивчається. Не зважаючи на ці слушні застереження, на нашу думку, методика інтегрованого навчання мови і предмету може бути ефективно використана у контексті навчання англійської мови за професійним спрямуванням. Особливо це стосується студентів, які здобувають вищу освіту другого

магістерського освітньо-кваліфікаційного рівня, адже ми виходимо з розуміння, що на попередніх етапах усі завдання, пов'язані з формуванням мовної та мовленнєвої компетентностей відповідно до вимог програми, були успішно виконані, і на етапі магістратури наявний рівень володіння англійською мовою студентами дозволяє безперешкодно і в більшій мірі зосередитись на фаховій складовій змісту навчання. Значний потенціал методики інтегрованого навчання мови і предмету високо оцінюють викладачі вищих навчальних закладів, включаючи в «арсенал» своїх засобів автентичні публікації англійською мовою фахового спрямування, матеріали підручників та посібників, ресурси Інтернет тощо.

Читання англійської фахової літератури є одним з пріоритетних видів роботи на аудиторних заняттях та у контексті самостійної роботи студентів. Учасники навчання переслідують важливі цілі, по-перше, оволодіння фаховою термінологією, а по-друге, текстові матеріали створюють мотиви для усної та писемної комунікації англійською мовою. Наприклад, на одному із аудиторних занять студенти магістерської програми читали текст про види реклами. Ця інформація не була для них новою, адже вони на цьому етапі вже не лише добре обізнані з видами і підвидами рекламних продуктів, але й демонструють готовність до обговорення ефективності тих чи інших видів в конкретних ситуаціях та умовах, аргументувати на користь чи проти використання певних продуктів, наводити приклади. Це і стало предметом активного обговорення; студенти ділилися ідеями, досвідом, визначали рівень ефективності та впливу реклами на цільову аудиторію у конкретних ситуаціях тощо. Ще одним прикладом може слугувати запропоноване студентам читання тексту про етичну та неетичну рекламу діяльність, по закінченню якого студентам були надані конкретні ситуації, які ілюструють неетичний характер певних рекламних кампаній або продукції, використання ними маніпулятивних засобів та прийомів для збільшення обсягів продажів. Під час обговорення студенти вказували на характерні ознаки, що вказували на порушення кодексу етики у рекламній діяльності, наводили свої приклади подібної реклами, паралельно з цим

активізуючи лексику, удосконалюючи уміння діалогічного мовлення.

Методика інтегрованого навчання мови і предмету представляє значний потенціал у плані використання сучасних інформаційних цифрових ресурсів та технологій. Говорячи про навчання англійської мови майбутніх рекламистів та фахівців зі зв'язків з громадськістю, ми у першу чергу маємо на увазі англомовні ресурси Інтернет, інтегральною складовою яких є сучасні рекламні методи і прийоми, а також ті ресурси, які містять важливу і вичерпну інформацію про сучасну рекламну діяльність: інформаційні портали, онлайн газети і журнали, відеохостинги, маркетплейси, соціальні мережі тощо. Всі ці ресурси можуть стати ефективною базою для здійснення аналізу, організації самостійної роботи та проєктної діяльності студентів. Діагностику та контроль навчальних результатів доцільно здійснювати за допомогою таких сучасних цифрових навчальних платформ як MOODLE або інших інструментів, які можуть забезпечити об'єктивне тестування.

Насамкінець, якими б не були захоплюючими та ефективними види роботи у плані формування іншомовної професійної компетентності студентів, не слід забувати про вивчення мовних явищ та формування лінгвістичної компетентності. На нашу думку, такі елементи, як систематичне повторення ключових граматичних конструкцій та оволодіння фаховою лексикою, повинні бути включені у зміст кожної теми та змістового блоку робочої програми.

Таким чином, підсумовуючи сказане вище, визначимо основні напрями використання методики інтегрованого навчання мови та предмету для формування іншомовної професійної компетентності майбутніх рекламистів та фахівців із зв'язків з громадськістю:

1. Методика інтегрованого навчання мови і предмету може бути ефективно використана у контексті навчання англійської мови за професійним спрямуванням на етапі магістратури, коли наявний рівень володіння англійською мовою студентами дозволяє безперешкодно і в більшій мірі зосередитись на фаховій складовій змісту навчання.

2. У розрізі основних положень методики інтегрованого навчання мови і предмету рекомендовано читання фахової літератури для ознайомлення з фаховою термінологією, а також для стимуляції англomовної усної та писемної комунікації на основі професійної тематики.

3. Використання сучасних інформаційних цифрових ресурсів та технологій повинно слугувати надійною базою для формування професійної мовленнєвої компетентності студентів, організації самостійної та проектної роботи.

4. Пропонується систематичне повторення граматичних та лексичних блоків та активізація відповідних мовних навичок як необхідний компонент формування мовленнєвої компетентності у професійній сфері.

Наведені вищі ідеї не вичерпують усі аспекти визначеної проблеми, які заплановано висвітлити у подальших публікаціях.

Література:

1. Освітньо-професійна програма. 061.00.02. Реклама та зв'язки з громадськістю. Другий (магістерський) рівень освіти. https://kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/vstupnikam/ij/2023/opr_mag_rzg_2023.pdf

2. Програма з англійської мови для професійного спілкування. Колектив авторів: Г.Є. Бакаєва, О.А. Борисенко, І.І. Зуєнок та інші. – К.: Ленвіт, 2005 – 119 с. https://im.nmu.org.ua/ua/library/national_esp_curriculum.pdf

3. О. Рудичик. Предметно-мовне інтегроване навчання як засіб підвищення мотивації до навчання. Науковий вісник Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К. Д. Ушинського. Випуск 2 (131). Одеса, 2020. – С. 116-121. <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/8383/1/Rudychyk%20Ol..pdf>