

Є.С. Ємельянова, канд. філол. наук, доц. (*ДБТУ, Харків*)

О.А. Анастасьєва, канд. філол. наук, доц. (*ДБТУ, Харків*)

ІНШОМОВНА ПРОФЕСІЙНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ: АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ І ТЕНДЕНЦІЇ

В умовах орієнтації вищої освіти на удосконалення іншомовної підготовки студентів постає завдання зміцнення мовно-функціональної основи культури професійної сфери шляхом навчальної діяльності з ґрунтовного засвоєння іноземної мови. Результати аналізу наукових робіт [1, с.199; 2, с. 349; 3, с. 84] і практики підготовки спеціалістів [1, с.198; 4, с. 21; 5, с. 820] дозволяють константувати, що досягнення високого рівня сформованості іншомовної професійної компетентності студентів закладів вищої освіти немовного профілю сьогодні неможливо без постійної тісної співпраці викладачів мовних дисциплін професійного спрямування, фахівців відповідних галузей і спеціалістів-практиків. Формування іншомовної професійної компетентності у закладах вищої освіти обумовлено цілями і особливостями майбутньої фахової діяльності студентів. Актуальні тенденції реалізації іншомовної підготовки у зовнішній Україні, Європи та США базуються на принципах комунікативності, вмотивованості, професійної спрямованості, що тісно пов'язане з лінгвосоціокультурним аспектом.

На особливу увагу заслуговують актуальні тенденції посилення уваги до вивчення термінології як компонента мови спеціальності. Вивчення термінологічної лексики передбачає реалізацію низки завдань: надання студентам теоретичних і практичних знань, необхідних для достатньо вільного орієнтування в основних поняттях та визначеннях, які застосовуються в термінології та термінознавстві; ознайомлення студентів з основними способами творення, моделями, типами, структурно-семантичними особливостями, стилістичними та соціолінгвістичними функціями сучасних термінів; навчання студентів основним методам та прийомам перекладу термінів у фахових текстах і в процесі професійної комунікації. Основними критеріями відбору термінів для опрацювання є їх частотність, значущість, доступність в когнітивному плані та відповідність поставленим цілям навчання і реаліям сьогодення. Сучасні підручники і посібники з вивчення іноземної мови професійного спрямування мають містити комплексні завдання, а саме: репродуктивні вправи на рівні слова, терміносполучення та речення; рецептивно-репродуктивні вправи на рівні загальномовних і термінологічних

відповідників, словосполучень і синтагм; рецептивно-продуктивні вправи на рівні текстів; умовно-комунікативні вправи на рівні текстів; комунікативні вправи на рівні текстів; завдання для здійснення самоконтролю; контрольні роботи у вигляді тестових завдань, які надають змогу з'ясувати ступінь засвоєності студентами теоретичного і практичного матеріалу. При цьому варто враховувати необхідність вдосконалення комунікативних вмінь за чотирима видами мовленнєвої діяльності (говоріння, читання, письмо та аудіювання), а також розвиток навичок планування мовленнєвої поведінки в рамках професійного середовища. Проблема укладання таких комплексних завдань успішно вирішується тісною співпрацею між викладачами мовних і спеціальних дисциплін, при цьому враховуються основні проблеми використання фахового мовлення у міжнародній практичній діяльності.

В сучасних умовах дистанційного навчання формування іншомовної комунікативної компетентності також передбачає постійну безперервну реалізацію міждисциплінарних проектних завдань в аудиторний і позааудиторний час, що особливо актуально для різнорівневих груп студентів, адже саме цей вид роботи найкраще дозволяє підвищити рівень компетентності з урахуванням індивідуальних особливостей і проблем студентів [3, с. 88; 4, с. 14]. Одним із найефективніших методів розвитку іншомовної професійної компетентності сьогодні також вважається ділова гра [1, с. 197], у якій моделюються предметний і соціальний змісти професійної діяльності.

В умовах дистанційного навчання на особливу увагу заслуговує використання аудіо- і відеоматеріалів, що моделюють реальні ситуації. В сучасній методології такі матеріали вважаються засобом інтегрованого навчання всіх видів іншомовної мовленнєвої діяльності. На заняттях з іноземних мов зреалізуються імітаційно-ігрові моделі, що відображають зміст майбутньої професійної діяльності студентів у міжмовному або іншомовному середовищі. Лексичний матеріал при цьому інтегрується з фаховими знаннями студентів, а це формує у них звичку до комплексного використання іноземної мови у професійній діяльності, підвищує рівень іншомовної професійної компетентності і забезпечує успіх у майбутній професійній діяльності.

Інформаційні джерела:

1. Смельянова Є., Колодіна Л., Чаплінська Н. Ділова гра як ефективний метод розвитку комунікативних компетентностей під час вивчення іноземних мов //Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. – 2022. – Т. 1. – №. 53. – С. 195-200.

2. Akimova O. et al. Distance language education //Procedia-Social and Behavioral Sciences. – 2015. – Т. 199. – С. 348-356.
3. Anastasieva O. et al. The expediency of implementation of project work into the English for Specific Purposes course //Journal of Language and Linguistic Studies. – 2022. – Т. 18. – №. S1. – С. 80-89.
4. Hnatyshena I. et al. Methods of Using Educational Video Materials in Teaching Foreign Languages in the Conditionas of Distance Learning //World Journal of English Language. – 2023. – Т. 13. – №. 4.
5. Konovalenko T. V. et al. The possibilities of using distance learning in the professional training of a future foreign language teacher //Linguistics and Culture Review. – 2021. – Т. 5. – №. S2. – С. 817-830.

УДК 339.1

Я.В. Замлинський, здоб. (НУ «Одеська політехніка», Одеса)

КЛІЄНТООРІЄНТОВАНІСТЬ: ЗАХОДИ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ КЛІЄНТІВ

В реаліях загострення конкурентної боротьби та появою різноманітних компаній, що надають однотипні послуги з'явилась гостра необхідність в збереженні лояльності клієнтів, що передбачає встановлення тривалих та взаємовигідних відносин між компанією та клієнтом. Згідно з дослідженням компанії Our Social Times [1], 70% компаній вважає, що утримувати чинних клієнтів набагато дешевше, ніж купувати. Фокус на лояльності допоможе скоротити рекламні витрати та при цьому підвищити прибутковість бізнесу. Проблему становить відсутність у логістичної компанії системного підходу до організації та впровадження відмінного клієнтського сервісу. Метою публікації є розробка концепції «гостинного сервісу» для клієнтів служби доставки. Розглянемо поняття «лояльність». Дослідженням питання лояльності займався багато вчених, розглянемо декілька визначень (табл. 1).

При розробці програми лояльності слід також враховувати існуючу ринково-продуктову стратегію підприємства, що включає важливі аспекти: конкурентні переваги, сегментацію споживачів, розробка товарного асортименту, цінової політики, стратегії розподілу та існуючої комунікації. Такий підхід забезпечить підтримання лояльності серед найбільш привабливих груп споживачів з точки зору прибутковості як у теперішньому часі так і в майбутній перспективі. Для забезпечення