

Міністерство освіти і науки України
Львівський національний університет імені Івана Франка

Кафедра українського
прикладного мовознавства

ЛІНГВОДИДАКТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИВЧЕННЯ ТЕМИ
«ПІДПРИЄМСТВО» В АСПЕКТІ ВИДІВ МОВЛЕННЄВОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ
(РІВНІ ЗНАНЬ – В1-В2)

Магістерська робота
студентки гр. ФЛУ-45
Лизак Марії Ігорівни
Науковий керівник –
доц. Станкевич Н. І.

Львів 2020

Зміст

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. Види мовленнєвої діяльності у процесі навчання української мови як іноземної	8
1.1. Говоріння як первинний вид мовленнєвої діяльності.....	8
1.2. Формування писемних компетенцій.....	16
1.3. Особливості читання як рецептивного виду мовленнєвої діяльності.....	21
1.4. Аудіювання у процесі навчання української мови як іноземної.....	30
РОЗДІЛ 2. Лінгводидактичний потенціал теми «Підприємство»	37
2.1. Лексичне наповнення теми «Підприємство» та ситуативна організація матеріалу.....	37
2.2. Лінгводидактичні особливості вивчення теми «Підприємство» в іншомовній аудиторії	46
РОЗДІЛ 3. Вивчення теми «Підприємство» у різних видах мовленнєвої діяльності	51
3.1. Система вправ для розвитку умінь говоріння.....	51
3.2. Система вправ для письма.....	59
3.3. Вправи для розвитку навичок читання	70
3.4. Особливості роботи з аудіотекстами.....	95
ВИСНОВКИ	107
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	114
ДОДАТКИ	122

ВСТУП

Сьогодні в економічній галузі розвинувся особливий тип господарювання – підприємництво. Унаслідок цього процесу актуалізувалося поняття *підприємство*. Підприємство розуміють як окремий вид бізнесу, самостійну ініціативну діяльність на власний ризик, як-от: виробництво продукції, виконання робіт, надання послуг та заняття торгівлею, що ґрунтуються на вкладанні власних коштів та створенні нових можливостей з метою одержання прибутку. Щоб не допустити монополізації ринку, зараз в українській економіці і торгівлі проводять політику популяризації і розвитку малого і середнього бізнесу. Цьому сприяють спеціальні фонди, організації, тренінги та ін. Відтак питання про підприємство, його особливості, персонал та напрями роботи є дуже актуальним.

Одним із способів підвищення рівня бізнесу є залучення іноземних компаній як інвесторів чи партнерів. Щоб бути компетентними, довірені представники їхніх компаній в Україні мають знати українську мову, а отже, пройти навчальний курс української мови. Також ця тема обов'язкова для студентів, які навчаються на економічних факультетах вишів України.

Для іноземних слухачів є важливим опанувати навички продуктивних видів мовленнєвої діяльності, коли продуцент передає власні думки за допомогою певних звукових знаків мови (говоріння) або за допомогою графічних знаків мови (письма), і рецептивних, завдяки яким реципієнт сприймає і перетворює графічні (читання) і звукові образи (аудіювання) в смислові й артикуляційні.

Говоріння – це передання усних повідомлень будь-яких видів від мовця до слухача, який здійснюють у формі діалогу або монологу. Для цього потрібно мати стимул до говоріння, знати тему говоріння, тобто володіти необхідним лексико-поняттєвим мінімумом. Зміст висловлювання можна виразити не тільки з допомогою лексичних значень та їхніх сполучень, але й

інтонації, яка членує текст і робить мовлення емоційним, зверненим до співрозмовника.

Іншою формою продукування є письмо. Власне процес фіксації називають написанням, а його результатом є писемний текст. Письмо вважають «письмовим підкріпленням», «інтегратором умінь» для навчання інших видів мовленнєвої діяльності, адже для того, щоб створити письмове повідомлення, потрібно поєднувати знання з усіх інших видів мовленнєвої діяльності.

Однією з рецептивних форм мовленнєвої діяльності є читання, яке передбачає декодування інформації, закладеної в графічній формі тексту. Основне завдання під час занять української мови як іноземної – виробити здатність упізнавати графічні образи слів і пов'язувати їх з відповідними звуковими й рухомоторними і, як наслідок, розуміти смисл тексту. Навчальний текст допомагає студентам збільшити свій словниковий запас, розширити країнознавчі знання, практичні знання зі стилістики й розвинути навички читання.

Для набуття студентами-іноземцями аудитивних компетенцій методисти виділяють найбільшу частку – 42%. Процес аудіювання означає сприймати усне мовлення і водночас аналізувати значення. Його основною одиницею в процесі формування відповідних компетенцій є аудіотекст – раціонально відібраний, автентичний фрагмент усної мови, який володіє смисловою завершеністю, структурною цілісністю, композиційною оформленістю. Цей вид мовленнєвої діяльності акумулює знання інших компетенцій, завдяки чому реципієнт навчається членувати мовленнєвий текст, розпізнавати смисли і трактувати їх. Тут особливе місце належить чиннику індивідуальності мовця, позамовні чинники, через що студент найкраще наближений до умов реальної комунікації.

Актуальність магістерської роботи зумовлена браком наукових досліджень методичного потенціалу теми «Підприємство» у навчанні української мови як іноземної, специфіки тематико-ситуативної організації

навчального матеріалу, а також потребою комплексного і поглибленого аналізу особливостей реалізації цієї теми у продуктивних та рецептивних видах мовленнєвої діяльності, необхідністю формування вправ з теми «Підприємство» для іноземців. важливістю цієї теми для роботи і фахового зростання іноземного слухача.

Проблемам методики навчання видів мовленнєвої діяльності в іншомовній аудиторії присвячено багато наукових праць українських та зарубіжних мовознавців. Учені Г. Городилова, Г. Дергачова, А. Леонт'єв, В. Костомаров, О. Митрофанова, О. Тарнопольський, А. Щукін та ін. висвітлили загальні принципи продуктивних та рецептивних видів мовленнєвої діяльності, їхній взаємозв'язок, психофізіологічні механізми, визначили класифікатори продуктів діяльності тощо. Всебічно дослідили види мовленнєвої діяльності фахівці з методики викладання польської мови як чужої – Анна Серетни, Ева Ліпінська, Ганна Коморовська, автори колективної монографії за редакцією проф. К. Кусько з методики викладання англійської та німецької мов; основні положення лінгводидактики містить наукова праця з методики викладання іноземних мов у середніх навчальних закладах за загальною редакцією проф. С. Ніколаєвої; різним видам мовленнєвої діяльності, особливо рівням компетенції, присвячені "Загальноєвропейські рекомендації з мовної освіти".

Багато українських та зарубіжних дослідників вивчали конкретні види мовленнєвої діяльності. Зокрема, А. Барикіна, В. Бухбіндер, Н. Герета, Л. Васильєва, Д. Ізаренков, А. Клименко, Б. Лапідус, В. Павлова, В. Скалкін, Е. Сосенко, Н. Станкевич, О. Тележкіна, Г. Уайзер та ін. описали говоріння як вид мовленнєвої діяльності, проаналізували методику навчання діалогічного та монологічного мовлення, дослідили категорію ситуативності, подали класифікацію вправ і вимоги до них, описали стимули, необхідні для оптимізації навчання.

Вивченням письма в курсі мови як іноземної займалися Т. Аношкова, Л. Байдак, В. Бебих, А. Бойко, Г. Борецька, Т. Вишнякова, І. Гальперін, Т. Глазунова, Г. Громова, О. Кіршова, Т. Корж, С. Литвин, Н. Скляренко,

Г. Скуратівська, О. Устименко та ін. Мовознавці описали поняття письма, охарактеризували вправи, призначені для розвитку техніки письма, подали приклади завдань, охарактеризували види письма й компетенції, потрібні для створення писемного продукту.

Багато аспектів методики навчання читання в курсі мови як іноземної у середніх та вищих навчальних закладах ґрунтовно опрацювали українські та зарубіжні мовознавці – О. Антонів, Н. Гриняєва, Л. Варга, Л. Журавльова, М. Зінов'єва, Н. Кулібіна, З. Мацюк, А. Михайленко, І. Процик, Б. Сокіл, С. Фоломкіна, Г. Швець та ін. Вони зосередили свою увагу на дослідженні ролі читання у навчанні мови як іноземної, режимах читання, визначили критерії відбору текстів для читання, специфіку роботи з художнім текстом, класифікували вправи відповідно до виду читання, описали зв'язок читання з іншими видами мовленнєвої діяльності.

Аудіювання як вид мовленнєвої діяльності у навчанні мови як іноземної розглядали вчені О. Бігич, О. Долгіна, Н. Єлухіна, І. Колеснікова, З. Кочкіна, О. Кострубіна, О. Лазаренко, О. Метьолкіна, І. Синиця, Л. Хасанова, Н. Харламова, З. Цінько, І. Юзвяк та ін. Вони описали психофізіологічні механізми процесу слухання і сприйняття іномовного тексту, визначальні риси аудіювання, виділили труднощі в роботі з аудіотекстами.

Мета роботи – дослідити особливості лексико-тематичної організації навчального матеріалу з теми «Підприємство» і способи його практичного застосування у продуктивних і рецептивних видах мовленнєвої діяльності на рівні знань В1–В2.

Мета дослідження передбачає розв'язання таких **завдань**:

- розкрити особливості рецептивних і продуктивних видів мовленнєвої діяльності;
- описати методичний апарат для навчання читання, аудіювання, говоріння і письма в іншомовній аудиторії для рівня знань В1–В2;
- визначити лексико-поняттєвий мінімум з теми «Підприємство»;

- охарактеризувати особливості тематико-ситуативної організації навчального матеріалу відповідно до видів мовленнєвої діяльності;
- описати способи подання теми «Підприємство» в розмовниках і навчальних посібниках з української мови як іноземної;
- розробити систему вправ для вивчення теми «Підприємство» в іншомовній аудиторії в аспекті продуктивних та рецептивних видів мовленнєвої діяльності.

Для розв'язання визначених завдань використовуємо описовий метод та метод кількісного аналізу.

Об'єкт вивчення – види мовленнєвої діяльності (говоріння, письмо, читання та аудіювання).

Предметом вивчення є лексико-тематичний та комунікативно-поняттєвий мінімум та навчально-методичні ресурси з теми «Підприємство» у продуктивних і рецептивних видах мовленнєвої діяльності

Практичне значення: результати дослідження можна використати під час підготовки відповідних розділів навчальних посібників з української мови, як матеріал для лекційних занять зі спецкурсу «Методика навчання видів мовленнєвої діяльності в іншомовній аудиторії» та для практичних занять з іноземцями.

Основну джерельну базу курсової роботи становлять навчальні посібники з української мови як іноземної (для рівня B1–B2); словники-розмовники. Основою для підбору навчально-методичних матеріалів слугували навчальні посібники для студентів економічного факультету, онлайн-ресурси; засоби масової інформації.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків.

РОЗДІЛ 1. Види мовленнєвої діяльності у процесі навчання української мови як іноземної

Мовленнєва діяльність є об'єктом навчання, за її посередництвом досягають мети навчання – сформованої комунікативної здатності реалізувати основні форми спілкування. Під час навчального процесу потрібно врахувати: а) діяльнісний аспект мовленнєвої діяльності; б) особливості структури мовленнєвої діяльності; в) послідовність дій студентів у навчанні, г) психолінгвістичні аспекти різних форм мовлення¹.

Сучасна лінгводидактика передбачає мовленнєво-діяльнісний підхід і до вивчення мови як іноземної. Вільне володіння мовою передбачає досконале засвоєння загальноприйнятих **чотирьох видів мовленнєвої діяльності: продуктивних** (говоріння, письмо) і **рецептивних** (слухання, читання). Тобто іноземець розуміє чужі думки, передає власні, дотримуючись норм мовлення, вільно читає, грамотно пише, використовуючи мову в різних сферах – комунікативно-суспільній, суспільно-виробничій та пізнавальній діяльності.

1.1. Говоріння як первинний вид мовленнєвої діяльності

Основним видом мовленнєвої діяльності, який використовують на всіх етапах навчання, вважають *говоріння*. Під цим терміном розуміють «продуктивний вид мовленнєвої діяльності, пов'язаний із передаванням усних повідомлень будь-яких видів від мовця до слухача»².

На думку польських методистів, цей вид мовленнєвої діяльності має такі **ознаки**: інформаційна ефективність висловлювання, швидкість висловлювання, мовна правильність, відповідність ситуації³. Передусім вміння розмовляти іноземною мовою означає здатність висловлювати свою

¹ Ковтун О. В. Мовленнєва діяльність як категорія лінгводидактики / О. В. Ковтун // Науковий вісник Південноукраїнського державного педагогічного університету ім. К. Ушинського : зб. наук. праць. – Одеса : ПДПУ ім. К. Ушинського, 2009. – Вип. 1–2. – С. 103–112.

² Тарнопольський О. Б. Методика навчання іншомовної мовленнєвої діяльності у вищому мовному закладі освіти : навч. посіб. / О. Б. Тарнопольський. – К. : Фірма «Інкос», 2006. – С. 5.

³ Seretny A. ABC metodyki nauczania języka polskiego jako obcego/ A. Seretny, E. Lipińska. – Kraków, 2000. – S. 22.

думку у формі, характерній для цієї мови, щодо певних тем, знати і будувати синтаксичні конструкції цією мовою, мати «чуття мови».

Для формування мовленнєвої компетенції в організації занять потрібно застосовувати таку **послідовність**: 1) набуття знань; 2) набуття навичок, коли застосовують псевдокомунікацію; 3) застосування умінь, з використанням безпосередньої мовленнєвої взаємодії⁴. Процес навчання комунікації вимагає не лише засвоєння теоретичних знань, а й уміння їх застосовувати. Наприклад, під час написання листа іноземний слухач має знати набір етикетних фраз і вміти їх використати відповідно до ситуації.

Своєрідними стимулами, що провокують мовлення, сприяють самостійному висловлюванню і водночас полегшують завдання, є **образ, слово і звук**. Їхнє завдання – заповнення інформаційних пробілів між співрозмовниками, заохочення до говоріння, творення ситуацій, близьких до реальної комунікації, протистояння монотонності навчання, його активізація⁵.

Застосування **стимулу-образу (малюнка)** є ефективним прийомом розвитку усного мовлення з опорою на конкретну лексику. Такими засобами можуть бути фото, листівка, ілюстрація, плакат, слайд, розклад, журнальні ілюстрації, рекламні листи, фільми, до яких сформовані конкретні запитання. До таких засобів-образів можна дібрати такі завдання: описати зміст малюнка, знайти різницю між двома малюнками, відповісти на питання щодо малюнка; тематичні малюнки для відпрацювання лексики, комунікативних мікроситуацій, правильності граматичних форм, малюнок дій (*хто що робить, хто ким працює, О. в.*) та ін. Наприклад, студентові пропонують фото, на якому зображено великий стіл, за яким сидить кільканадцять людей, і, судячи з їхніх жестів, вони розмовляють. Студент має назвати цю ситуацію (*перемовини, обговорення презентації проєкту, обговорення внутрішніх*

⁴ Станкевич Н. Основні прийоми навчання говоріння в курсі української мови як іноземної / Ніна Станкевич // Теорія і практика викладання української мови як іноземної : зб. наук. праць. – Львів, 2008. – Вип. 3. – С. 289.

⁵ Там само. – С. 290.

справ), а також дії, які зображено на фото (*обговорити, запропонувати, виступити*), обставини, за яких відбувається дія (*офіс і його інтер'єр*), та ін.

Ще одним засобом є **мовний стимул**, який встановлює контакт мовленнєвої взаємодії. Головну роль відіграє навчально-мовленнєва ситуація, зокрема питання-відповідь (інтерв'ю, тематичне опитування), роль за інструкцією викладача, ситуаційна комунікація, телефонна розмова, монологічна розповідь, скорочений зміст фільму чи книги⁶. Наприклад, розподіливши ролі, студенти розігрують ситуацію, у якій звітують керівникові про етап створення нового проєкту, виконану роботу і дії, які ще потрібно зробити; розповідають, які витрати і чистий прибуток можна очікувати. Під час цього використовують такі лексеми на позначення кадрового складу підприємства: *керівник, спеціаліст, робітник, маркетолог*, лексеми зі значенням певної дії: *звітувати, доручати, вести справи*, а також лексеми *виторг, витрати, чистий прибуток, проєкт, зустріч, термін реалізації проєкту* тощо.

Для **стимулу-звуку** можливі такі прийоми: розпізнавання звуків і розповідь про ситуацію, основою якої є звук, звукова історія, кінофільми, що передбачають такі вправи на контроль розуміння зі слуху, методичний апарат для розвитку мовлення⁷. Наприклад, студентам пропонують послухати телефонну розмову та зробити висновки щодо того, хто телефонує (*замовник*), кому (*секретарю*), з якої причини (*домовитися про зустріч*), які деталі розмови (*зустріч для створення партнерських відносин; зустріч із директором; погодження часу і місця зустрічі, обговорення умов зустрічі*).

Під час навчання також варто звертати увагу на кілька чинників, які впливають на формування мовленнєвої компетенції в говорінні. Найбільше уваги треба приділити *чиннику мовленнєвих навичок*, тобто наявності усномовленнєвих фонологічних, лексичних та граматичних навичок, а також

⁶ Станкевич Н. Основні прийоми навчання говоріння в курсі української мови як іноземної. – С. 291.

⁷ Там само.

чинникам: *умінь, сфер усного спілкування, форми мовлення* (монологічне, діалогічне), *підготовленості мовлення*⁸.

Процес засвоєння умінь і навичок говоріння неможливий без певної системи вправ, спрямованих на стимуляцію й актуалізацію здобутих знань.

Ці вправи відповідно до критеріїв можна класифікувати на такі **групи**:

- 1) залежно від поетапності їхнього введення у навчальний процес: *підготовчі, тренувальні, закріплювальні; умовно-комунікативні, комунікативні;*
- 2) залежно від обсягу навчальних діалогів: *власне діалогічну єдність, розширену діалогічну єдність (мікродіалог); міні-діалоги, полілоги, монологи;*
- 3) за кількістю учасників: *фронтальні, парні, групові;*
- 4) за рівнем керування: *повне (жорстке), часткове, мінімальне керування;*
- 5) за наявністю/відсутністю *опор;*
- 6) за наявністю/відсутністю *ігрового компонента.*

Мовленнєво-підготовчими вважають вправи, метою виконання яких є засвоєння мовного матеріалу, з додатковим мовленнєвим спрямуванням⁹. Мовознавець Б. Лапідус називає вправи такого типу проміжним етапом між власне формальними і справді мовленнєвими, через що характеризує їх як «вправи з подвійним завданням», або «вправи для активізації мовного матеріалу, який контролюють»¹⁰.

Тренувально-мовленнєві вправи використовують на тренувальному етапі, тобто на етапі навчання. Вони спрямовані на формування мовленнєвих навичок. Відрізняються вони від мовленнєвих структурною одноманітністю послідовних висловлювань тих, хто навчається, і формою, яку зазначили у зразку¹¹.

⁸ Тарнопольський О. Б. Методика навчання іншомовної мовленнєвої діяльності у вищому мовному закладі освіти. – С. 12.

⁹ Уайзер Г. М. Развитие устной речи на английском языке / Г. Уайзер, А. Клименко. – М., 1972. – С. 115.

¹⁰ Лапідус Б. К теории упражнений по иностранному языку : иностранные языки в высшей школе / Б. Лапідус. – М., 1985. – Вып. 10. – С. 68.

¹¹ Горчев А. Ю. Речевая тренировка и типология тренировочных упражнений в устной речи / А. Горчев // Иностр. языки в школе. – 1977. – № 6. – С. 83.

Останнім етапом є виконання **закріплювальних** вправ, що передбачають повторну перевірку вже засвоєних знань з метою їхнього поглиблення, закріплення в пам'яті.

Умовно-комунікативними є вправи, що формують передкомунікативні навички – орфоепічні, лексичні, граматичні, правописні. Вони передбачають визначення форми і змісту мовлення, обмеженість його зразків, відтворення фрагментів спілкування, а не його цілісного процесу, тренувальний характер, адже здебільшого спрямовані на опанування студентами окремих комунікативних функцій в деякій ізоляції одна від одної¹².

Провідними в методиці формування комунікативної компетентності вважаємо саме **комунікативні** вправи, які містять цілісне спілкування. На думку М. Пентилюк, такі вправи передбачають залучення тих, хто навчається, до активної комунікативної діяльності, і спрямовані на формування їхніх інтелектуально-креативних здібностей¹³. Така комунікативна ситуація є схожою до реального процесу спілкування, тобто формує навички, що стануть підґрунтям для формування комунікативної компетентності.

Вправи поділяють залежно від кількості активних діячів форми мовленнєвої діяльності. Відтак **монологи** – це активна мовленнєва діяльність адресанта, розрахована на пасивне й опосередковане її сприйняття адресатом¹⁴. **Діалогами** називають зміну мовленнєвих актів зазвичай двох мовців, що перебувають у безпосередньому зв'язку. **Полілоги** – спілкування кількох осіб (більше трьох) із приблизно однаковою комунікативною активністю¹⁵.

¹² Гарнопольський О. Б. Методика навчання іншомовної мовленнєвої діяльності у вищому мовному закладі освіти. – С. 31.

¹³ Пентилюк М. І. Актуальні проблеми сучасної лінгводидактики / М. І. Пентилюк. – К. : Ленвіт, 2012. – С. 72.

¹⁴ Герета Н. М. Діалог як складник чужого мовлення / Н. М. Герета // Науковий часопис Національного педагог. уні-ту імені М. П. Драгоманова : зб. наук. праць / [відп. ред. А. П. Грищенко]. – К. : НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2006. – С. 71–77. – (Серія 10 «Проблеми лексикології і граматики української мови» ; вип. II).

¹⁵ Тележкіна О. О. Ділове спілкування: усна і писемна форми : навч. посіб. / О. О. Тележкіна, Н. О. Лисенко, О. О. Кушнір, О. О. Литвиненко, Н. В. Піддубна. – Харків : Смуґаста типографія, 2015. – 43 с.

Базовою функціональною одиницею діалогічного мовлення вважають так звану **діалогічну єдність**, тобто сукупність двох-трьох реплік співрозмовників, у яких реалізується одна комунікативна функція. Вона може мати таку схему: *запитання – відповідь на запитання*.

Формування компетенції в діалогічному говорінні починається з рівня реплікування (запитання-відповідь, пропозиція-відмова), тобто з власне діалогічних єдностей. Наступним етапом є рівень **мікродіалогів** студентів, де можливі репліки одного зі співрозмовників (наприклад, *твердження – заперечення – інше твердження*). Його можна вважати перехідною ланкою від власне діалогічної єдності до цілісного розгалуженого діалогу¹⁶. Так у реплікуванні розвивається реактивне, а з рівня мікродіалогів – ініціативне мовлення, тобто вони виконують різні комунікативні функції. Прикладом мікродіалогу може бути такий:

- *Чи ви вже подали звіт кадрового складу? Чи місце на посаду головного бухгалтера досі вільне?*
- *Ні, ще не всі дані готові. Відділ кадрів ще не подав відомостей щодо цієї посади. Можливо, Ви знаєте когось, хто себе добре зарекомендував на посаді головного бухгалтера?*
- *У мене є знайомий, який працював головним бухгалтером у дочірній фірмі. Я зателефоную йому і дізнаюся, чи цікава йому така пропозиція.*
- *Гаразд, думаю, у нього є більше шансів пройти співбесіду, якщо він має великий досвід.*

Діалоги розрізняють залежно від того, чи вони виконують окремі чи різні комунікативні функції. Ці вправи докладно описав О. Тарнопольський¹⁷

Підсистему нижчого рівня комунікативних вправ становлять ті, які виконують **окремі комунікативні функції**. Вони спрямовані на опанування студентами окремих комунікативних функцій у деякій ізоляції одна від

¹⁶ Тарнопольський О. Б. Методика навчання іншомовної мовленнєвої діяльності у вищому мовному закладі освіти. – С. 30.

¹⁷ Там само. – С. 29–39.

одної. Їх головно використовують на початковому рівні або на складніших, якщо є потреба у відпрацюванні окремої нової комунікативної функції. Здебільшого це вправи на опрацювання діалогічних єдностей чи мікродіалогів, однак кожна окрема вправа не може складатися лише з одного мовленнєвого акту (діалогічної єдності) або одного мікродіалогу. Навпаки, в одній вправі треба навести низку сюжетно пов'язаних актів, але всі вони мають відображати одну комунікативну функцію

Кількість реплік є необмеженою, однак важливим є те, що всі репліки одного мовця мають становити одне висловлювання, у якому реалізується одна функція, передається одна думка. Але якщо реплік студентів в одному висловлюванні багато (більше однієї-двох), то це вже не навчання власне діалогічного мовлення, а монологічного з компонентами діалогу.

Провідне місце під час навчання займають вправи для навчання на вищих рівнях (рубіжний, середній), коли студенти використовують цілісні діалоги, що складаються з **різних комунікативних функцій** під час мовленнєвих актів. Виділяють такі основні види вправ: бесіди, дискусії та рольові ігри. Здебільшого це вправи на обговорення інформації, полеміка про неї, а також у таких вправах використовують різноманітний мовний матеріал, який закріплюють побічно, а не цілеспрямовано. Наприклад, у такому: *на наступному занятті ми будемо обговорювати проблему «Безробіття і його причини». Доберіть інформацію, потрібну для участі в дискусії на таких сайтах (...).*

За кількістю учасників мовознавець Л. Васильєва виділяє **парні** вправи, за участі 3–4 співрозмовників, і **групові**, коли вся група бере участь у розмові. О. Тарнопольський додає поняття **фронтальних**, тобто вправ, які діють на рівні реплікування, коли студенти хором відповідають на репліку викладача або одного зі студентів¹⁸.

¹⁸ Тарнопольський О. Б. Методика навчання іншомовної мовленнєвої діяльності у вищому мовному закладі освіти. – С. 29.

Залежно від участі викладача виділяють три рівні керування. Рівень **повного (жорсткого)** керування, на якому завдання визначають вибір і використання конкретних мовних засобів. Рівень **часткового** керування передбачає відсутню модель комунікативної ситуації. Останній рівень – **мінімального** керування, на якому завдання лише окреслюють сферу можливого застосування мовних засобів, але вибирають їх самі студенти¹⁹. Зрозуміло, що варто застосовувати всі рівні керування, але на вищих етапах давати більше самостійності студентам.

Також вправи для навчання говоріння поділяють залежно від **наявності/ відсутності опор**, тобто додаткових вказівок щодо того, як саме потрібно виконувати завдання, як має розвиватися ситуація, які опорні репліки потрібно вжити під час творення діалогу.

Вправи **без ігрового компонента** не надають співрозмовникам чітко окреслених ролей. Натомість **наявний ігровий компонент** передбачає розподіл ролей між студентами і відтворення реплік, які б відповідали їй. Наприклад, студент у ролі *комерційного директора* обговорюватиме фінансові питання підприємства, фінансові звіти, прибутки, збитки, причини останніх.

Для того, щоб визначити рівень володіння мовою і створити програму, яка б найкраще задовільнила потреби студента, застосовують **Державний стандарт** української мови як іноземної, який розробили мовознавці Д. Мазурик, О. Антонів, О. Синчак, Г. Бойко. Державний стандарт визначає шкалу рівнів володіння українською мовою як іноземною, комунікативні вимоги до кожного із рівнів та їхнє змістове наповнення. Рівні розподілено так: *початковий (А 1), базовий (А 2), рубіжний (В 1), середній (В 2), високий*

¹⁹ Пашенко В. М. Визначальні особливості керованого та усвідомленого оволодіння фонетикою та фонологією у вищому навчальному закладі / В. М. Пашенко // Література та культура Полісся. – 2008. – Вип. 43. – С. 134.

(С 1), *вільне володіння* (С 2)²⁰. Подамо головні вимоги до нашого етапу, що стосуються говоріння.

На **рубіжному і середньому рівнях** студенти уміють зв'язними реченнями не лише розповісти про власні вподобання чи думки щодо певної проблеми, але й аргументовано пояснити свою думку щодо нескладної теми. Під час діалогу без підготовки студент може вступати в розмову на відомі теми, пов'язані з приватною, публічною, професійною та освітньою сферами життя. Проте іноді відчуває труднощі, коли намагається точно сформулювати те, що саме він хоче сказати.

Під час формування комунікативних навичок потрібно зважати на вимоги для відповідного рівня навчання, мету навчання і забезпечити оптимальні умови для вираження власних суджень іноземними слухачами.

1.2. Формування писемних компетенцій

Письмо – продуктивний вид мовленнєвої діяльності, пов'язаний із переданням інформації у графічному літературному коді. Його називають центральним видом мовленнєвої діяльності, оскільки він рівною мірою залежить від інших видів і однаково концентрує їх у собі, а написаний текст можна вважати продуктом одночасного функціонування всіх чотирьох видів мовленнєвої діяльності²¹. Щоб створити письмове повідомлення, потрібно поєднувати знання з інших видів мовленнєвої діяльності, а отже, власне письмо свідчить про повне і досконале володіння іноземною мовою²².

Навчання письма полягає у відпрацюванні дій, спрямованих на формування навичок письма, стосується корекції графіки, засвоєння правил орфографії, а також закріплення лексичних і граматичних навичок.

²⁰ Державний стандарт України. Українська мова як іноземна. Рівні загального володіння та діагностика / укл. Д. Мазурик, О. Антонів, О. Синчак, Г. Бойко [Електр. ресурс]. – Режим доступу : <https://www.slideshare.net/ssuserb0992b/standart-96636178>.

²¹ Тарнопольський О. Б. Методика навчання студентів вищих навчальних закладів письма англійською мовою / О. Б. Тарнопольський, С. П. Кожушко. – Вінниця : Нова книга, 2008. – С. 15.

²² Станкевич Н. Взаємопов'язане навчання видів мовленнєвої діяльності в курсі української мови як іноземної : теоретичний і практичний аспекти / Ніна Станкевич // Теорія і практика викладання української мови як іноземної : зб. наук. праць. – Львів, 2008. – Вип. 3. – С. 289.

Важливими для творення письмових текстів є вміння оформити текст, стилістичні вміння, вміння висловити думки в писемній формі, тобто забезпечувати цілісність (змістовну, композиційну, структурну), завершеність та адресованість текстів, композиційні вміння²³. Саме в письмі набуває ваги формально-логічна компетенція, тобто здатність продукувати логічно побудовані і зв'язні усні та письмові висловлювання і вміння передавати цю зв'язність та логічність через спеціальні формальні мовні засоби²⁴.

Щоб опанувати письмо як вид мовленнєвої діяльності, потрібно застосовувати такі **принципи навчання**:

- 1) теоретичною схемою навчання письма є шлях від усного мовлення до писемного за порядком: слухання – говоріння – читання – письмо;
- 2) записують тоді, коли опановують проговорення і прочитання певних слів чи висловів, тобто схема черговості дій: проговорення/ читання – запис;
- 3) навчанню письма добре допомагає вміння читати, зокрема короткі вправи під час тихого читання, міні-вправи під час читання вголос²⁵.

Під час роботи над текстовими повідомленнями потрібно зважати на вид письма. Виділяють два головні види письма – *практичне* та *академічне*. До **практичного** письма належать такі жанрові типи текстів, які безпосередньо знадобляться у професійній діяльності іноземних студентів. До таких робіт зараховують: ділові і приватні листи, різні види документів (заява, оголошення, резюме, аплікаційна форма, автобіографія, контракт та ділова угода, інструкція та ін.). **Академічне** письмо – це продукти писемного мовлення, спрямовані на творення різноманітних творчих робіт, у яких студенти пишуть вільно, спираючись на власний досвід, використовують

²³ Тарнопольський О. Б. Методика навчання іншомовної мовленнєвої діяльності у вищому мовному закладі освіти. – С. 192–193.

²⁴ Тарнопольський О. Б. Аспектний підхід до навчання англійської мови для спеціальних цілей у немовних ВНЗ / О. Б. Тарнопольський, З. М. Корнева // Вісник Харків. нац. ун-ту імені В. Н. Каразіна. – Харків, 2011. – Вип. 18. – С. 234.

²⁵ Komorowska H. Metodyka nauczania języków obcych / H. Komorowska. – Warszawa, 2005. – S. 150–151.

власну фантазію та уяву. Серед них вирізняють такі: різні твори (есе), статті, звіти, тексти доповідей і презентацій, виклади-перекази прочитаного або прослуханого тощо, тобто усе, що слугує цілям навчання. У складі академічного письма методисти виділяють творче, або креативне, письмо. Передусім йдеться про літературні жанри: розповідь, нарис, п'єса, вірш тощо²⁶.

Мовознавці Б. Тарнопольський та С. Кожушко визначили такі умови, які поліпшують ефективність методів навчання письма:

- інтегрованість з іншими видами мовленнєвої діяльності;
- поєднання дій з розвитку техніки письма з навчальними діями для оволодіння вміннями письма як виду мовленнєвої діяльності;
- використання різних за ознакою комунікативності/некомунікативності видів вправ для вирішення різних завдань у навчанні письма;
- раціональне застосування вправ з різним ступенем керованості (повністю керовані, частково керовані та вправи з мінімальним керуванням);
- широке використання інформаційних технологій, зокрема для спілкування через інтернет і виконання спільних проєктів, пошуку інформації, для публікації студентських письмових робіт²⁷.

Вправи для розвитку техніки письма поділяють залежно від того, які навички вони мають вдосконалити, на: *орфографічні, лексичні, граматичні, пунктуаційні, фонологічні і графічні*²⁸. Без цих навичок неможливо написати логічно зв'язаний текст, який відповідав би нормам правопису і пунктуації, тож на початкових етапах навчання більше уваги приділяють формуванню таких компетенцій. Здебільшого під час розвитку техніки письма

²⁶ Тарнопольський О. Б. Методика навчання іншомовної мовленнєвої діяльності у вищому мовному закладі освіти. – С. 251.

²⁷ Там само. – С. 86.

²⁸ Там само. – С. 205.

застосовують мікротексти, які зорієнтовані на формування конкретної навички для кращого засвоєння і перевірки відповідних знань.

Як і вправи для розвитку комунікативної компетенції, писемні **класифікують** залежно від кількох чинників: *етапу вивчення, обсягу діалогів, кількості учасників, рівня керування, наявності/ відсутності опор, ігрових компонентів*. Підсумуємо ознаки вправ для навчання письма:

- 1) вправи на письмо мають **комунікативний** характер;
- 2) більшість вправ не має **ігрового компонента**;
- 3) щодо **кількості учасників**: здебільшого вправи на вдосконалення техніки письма є індивідуальними, оскільки кожна з них студент виконує самостійно. Однак вправа стає груповою, коли викладач контролює або обговорює її виконання;
- 4) за **рівнем керуваності** вправи можуть бути повністю або частково керованими, що зумовлено потребою відпрацювання навичок на основі повної усвідомленості;
- 5) залежно від **наявності/ відсутності опор** вправи на письмо можуть бути зовсім без них, зі спеціально створеними і з природними опорами.

Важливим чинником для вправ, результатом яких є продукт писемного мовлення, є жанровий різновид текстів. Тому треба розглядати **вправи залежно від їхнього жанру**:

- листування іноземною мовою (офіційного, ділового або приватного, дружнього);
- написання деяких видів ділових документів;
- конспектування, анотування, реферування текстів;
- написання статей, звітів, текстів доповідей, інструкції;
- написання творчих робіт;
- написання творів літературного характеру: розповідей, нарисів, п'єс, віршів.

Зрозуміло, що для теми «Підприємство» є жанрове обмеження. Найбільш доцільно використовувати ті жанри, які безпосередньо стосуються

цієї теми і передбачають використання практичного письма. Наприклад, листи, ділові документи, написання звітів, інструкцій для кращого розуміння того, які формули етикету, стереотипні вислови доречно вживати. Під час навчання інші жанри також використовують, однак більше акцентують на текстах офіційно-ділового стилю, які мають практичне значення.

Для загальної характеристики вправ важливим є чинник **підходу до організації та проведення вправ**. У сучасній методиці відомі такі підходи: *текстовий, жанровий і процесуальний*.

Текстовий підхід передбачає роботу над зразками писемних текстів, після чого за поданими зразками пишуть власний текст. Такий підхід вважають цілком зорієнтованим на продукт, тобто на результат написання тексту, який перевіряє та оцінює тільки викладач²⁹. Такий метод можна застосовувати під час написання офіційних листів.

Жанровий підхід орієнтується на мету письмової комунікації. Залежить від того, які цілі потрібно досягнути у відповідному текстовому жанрі, тобто того, як можна «інтегрувати» адресанта і текст з адресатом для здійснення успішної комунікації. Цей підхід краще розвиває техніку письма, але також зорієнтований на кінцевий текст, який пише студент³⁰.

Натомість **процесуальний** підхід робить акцент на процесі створення писемного тексту, на його численних переробках для досягнення бажаного комунікативного ефекту, а кінцевому результату приділяють менше уваги. Аналізують текст самі студенти, також більшу увагу приділяють змісту тексту, а не його формі. Процес написання поділяють на кілька етапів: підготовка, збір інформації, складання варіантів або чернеток тексту, рецензування та перероблення тексту, його редагування. На думку О. Тарнопольського, цей підхід забезпечує високий рівень творчої автономії,

²⁹ Тарнопольський О. Б. Методика навчання іншомовної мовленнєвої діяльності у вищому мовному закладі освіти. – С. 220.

³⁰ Там само. – С. 221.

високу комунікативну орієнтацію, заохочує до творчого ставлення до роботи, розвиває процесуальну мотивацію³¹.

Для підтвердження рівня знань і створення навчальної програми застосовують Державний стандарт української мови як іноземної, про який йшлося раніше. Відповідно до нього розроблено вимоги знань й умінь для кожного рівня.

На **рубіжному і середньому рівнях** студент уміє писати зрозумілі докладні тексти з кола власних зацікавлень, короткі тексти на маловідомі, пише приватні листи і ділові листи (щоб висловити подяку, скаргу, претензії, прохання, дати пояснення). На письмі застосовує мовні засоби організації писемного тексту: вислови переліку, уточнення на важливості, використовує вставні слова і вставлені конструкції. Обсяг текстового повідомлення – 150–200 слів.

Під час навчання потрібно докладно пояснювати студентам особливості формату письмового тексту, який вони повинні створити, його структуру, композицію, складові, засоби висловлювання думки, забезпечення єдності й логічної зв'язності тексту. Для підвищення писемної компетенції доречно буде застосовувати різні методи, зокрема вільне письмо, мозковий штурм, складання списку ідей, візуальної карти майбутнього тексту, плану тексту тощо.

1.3. Особливості читання як рецептивного виду мовленнєвої діяльності

Уміння читати дає поштовх для вивчення інших видів мовленнєвої діяльності, адже розуміти прочитане також означає опанування мовного матеріалу, його закріплення й нагромадження. Читання пов'язане і з аудіюванням, бо для сприйняття і розуміння прочитаного читач задіює «внутрішнє мовлення» – проговорює й осмислює прочитане в думках. Також

³¹ Тарнопольський О. Б. Методика навчання іншомовної мовленнєвої діяльності у вищому мовному закладі освіти. – С. 222.

графічна форма текстів, збільшення словникового запасу і розуміння стилістичних норм допомагає бути вправним у письмі.

Під поняттям **читання** розуміють рецептивний вид мовленнєвої діяльності, до якого належать техніка читання і розуміння того, що студент читає³². У зв'язку з цим розрізняють **рівень значення** і **рівень смислу (змісту)** тексту. До першого належить з'ясування значення мовних одиниць і їхньої валентності (безпосередніх зв'язків). На цей процес впливають індивідуальні чинники, як-от досвід студента, його смаки, рівень освіти, настрої. Інший – розуміння тексту загалом³³. Отож під читанням розуміємо з'ясування окремих значень і поєднання усіх цих значень в одну цілісну структуру.

Для успішного процесу сприйняття мовознавці виділяють три **фази мовленнєвої діяльності читання**: мотиваційно-спонукальну, орієнтувальну-дослідну й виконавчу.

Мотиваційно-спонукальна фаза полягає у створенні позитивної настанови до читання, вироблення стимулу: зацікавленість, бажання знайти якусь інформацію, довідатися, про що текст тощо. Це потрібно враховувати під час добору текстів для іноземних студентів, зокрема знаходити цікавий зміст і заголовки, які інтригують³⁴.

Інша фаза, *орієнтувальна-дослідна*, полягає у дворівневій структурі. Перший рівень – внутрішнього мовлення, на якому читачі прогнозують зміст тексту, переходить до рівня внутрішнього аналізу прочитаного – реципієнт підтверджує або спростовує висунуту гіпотезу. Останній рівень орієнтувальна-дослідної фази – інтегрування окремих речень тексту, смисл яких читач для себе вже зрозумів, у єдиний цілісний текст³⁵.

³² Тарнопольський О.Б. Методика навчання іншомовної мовленнєвої діяльності у вищому мовному закладі освіти. – С. 64.

³³ Михайленко А. Читання як вид мовленнєвої діяльності / А. В. Михайленко // Teoretyczne i praktyczne innowacje naukowe. – Krakow, 2013. – С. 145.

³⁴ Тарнопольський О.Б. Методика навчання іншомовної мовленнєвої діяльності у вищому мовному закладі освіти. – С. 72.

³⁵ Там само.

Нарешті, *виконавча фаза* має на меті сформувати вищий рівень розуміння в кодї думок читача. Для цього реципієнт зберігає найбільш важливу для нього інформацію з тексту в пам'яті, щоб згодом висловити свої думки, почуття та враження від тексту. На цьому етапі читач робить висновки, які є результатом читання.

Основним засобом у процесі навчання читати є текст, який має відповідати цим вимогам. Н. Станкевич виділяє такі вимоги до тексту: обсяг, ступінь інформативності, складність мовного матеріалу, логіко-композиційна структура³⁶. Важливим аспектом є добір текстів різного стилю, адже потрібно підготувати студента до різноманітних ситуацій. Такі тексти мають на меті збільшити словниковий запас української літературної мови, а також розмовної з чітким розмежуванням сфери діяльності, у якій варто використовувати ту чи ту лексичну одиницю. Також текст має відповідати цілям навчання та індивідуальним особливостям – віку, інтересам студентів, їхньому інтелектуальному рівню розвитку, емоційному запиту.

Що стосується мовної складності тексту, то на початковому етапі **кількість нових лексичних одиниць** становить 6%, надалі складність зростає і кількість нових слів має становити 20% від лексики усього тексту. Для інтенсивного навчання використовують тексти з більшою кількістю уже на початковому етапі і його співвідношення становить 20%, а надалі збільшується до 30–40%. Зауважимо, що незнайомі лексичні одиниці не входять до потенційного словника³⁷.

Н. Гриняєва вважає, що в навчальному тексті кількість нової лексики повинна бути меншою, особливо якщо це стосується роботи з професійно-орієнтованими текстами. Мовознавиця подає такий **розподіл потенційного словника**:

- 1) слова з повним збігом значень у двох мовах (таких слів у професійно-орієнтованих текстах приблизно 87 %);

³⁶ Станкевич Н. Види мовленнєвої діяльності в аспекті лінгводидактики / Ніна Станкевич // Теорія і практика викладання української мови як іноземної : зб. наук. праць. – Львів, 2007. – Вип. 7. – С. 43.

³⁷ Там само. – С. 80.

- 2) слова з частковим збігом значень в двох мовах (таких слів – 10 %);
- 3) слова з повною розбіжністю значень у двох мовах (таких слів – 3 %).

Під час роботи з текстом важливим є чинник **потенційного словникового запасу**. Про значення таких лексичних одиниць студент може здогадатися самостійно, і це передусім стосується таких слів: незнайомі слова зі знайомим коренем й афіксами (*офіс, офісний; оплата, безоплатний, оплатити, оплачено*); інтернаціональна лексика (*бізнесмен, бізнесвумен, фрилансер*); здогадка за контекстом (фізична особа зобов'язана виплатити *пеню* через недотримання умов контракту).

Під час читання використовувати словник доцільно на початковому і базовому рівнях, а на рубіжному і середньому рівнях намагатися зрозуміти значення невідомих слів з контексту, а словник використовувати у разі повного розуміння тексту, що містить до 6% незнайомих слів³⁸.

Важливо враховувати рівень знань студентів і розуміти доцільність подачі **автентичного** чи **адаптованого** тексту. Краще використовувати адаптовані тексти, тобто створені для іноземного студента, лише на початковому етапі, натомість поступово вводити автентичні, створені носіями мови без будь-яких спрощень, так студент набуде так званого «чуття мови», краще збагне закони її функціонування³⁹.

Утім, будь-який текст повинен відповідати рівню знань студента. Так застосовують **принцип посильності** – градацію труднощів, тобто обмежену кількість труднощів в одному тексті. Це залежить від обсягу навчальних текстів, наприклад, на початковому етапі його обсяг становить 1500–2000 друкованих знаків, а на вищому – 3000.

Серед основних завдань у процесі вивчення професійно-орієнтованої літератури іноземною мовою Н. Гриняєва називає отримання інформації, яка б доповнювала й поглиблювала навчальний матеріал, який опановують студенти в процесі вивчення профільних дисциплін навчального плану й

³⁸ Михайленко А. Читання як вид мовленнєвої діяльності. – С. 146.

³⁹ Тарнопольський О. Б. Методика навчання іншомовної мовленнєвої діяльності у вищому мовному закладі освіти. – С. 79.

формування навичок щодо подальшого самостійного читання літератури за фахом⁴⁰. Відтак під час навчання іноземних студентів теми «Підприємство» потрібно добирати тексти, які дають уявлення загалом про підприємство, його види, сфери діяльності, які містять лексику, що відповідатиме кожній підтемі, формуватиме фахову компетенцію, розвиватиме професійне мовлення.

Передусім текст має на меті збагатити і розширити знання студента, сформувати мовну грамотність шляхом тренувань під час обговорення запитань до тексту, засвоєння граматичних конструкцій, використаних у тексті, забезпечити ефективне сприйняття графічного тексту. Також розвинути навички сприйняття змісту і критичної оцінки крізь призму власних суджень.

Роль читання досліджувало багато мовознавців, на основі чого науковці розробили класифікацію **видів читання**:

- 1) за способом розкриття змісту, психологічними особливостями сприйняття тексту читання поділяють на такі види:
 - а) *перекладне* (для цього студент перекладає увесь текст, а не його частини);
 - б) *неперекладне* (немає потреби в перекладі, оскільки зміст тексту зрозумілий);
 - в) *зі словником і без словника*;
 - г) *аналітичне* (аналіз мовних форм);
 - д) *синтетичне* (цілісне сприйняття змісту);
 - е) *комунікативне* (аналітико-синтетичне);
- 2) за кількістю прочитаного – *екстенсивне й інтенсивне*;
- 3) за характером організації діяльності – *самостійне й несамостійне; підготовлене – непідготовлене; тренувальне, контрольне*;
- 4) за способом читання – *активне і пасивне*;

⁴⁰ Гриняєва Н. Читання як засіб формування мовленнєвої компетенції при вивченні дисципліни “Іноземна мова за професійним спрямуванням” / Н. М. Гриняєва, І. В. Зуєва. // Science Review. – Варшава, 2018. – Вип. 2 (9). – С. 29.

5) за місцем і часом читання – *аудиторне, позааудиторне, домашнє*⁴¹.

Екстенсивне читання не спрямоване на детальний аналіз, а на отримання задоволення або інформації в межах великого за обсягом тексту. У цьому разі увага читача прикута до пошуку основної інформації з можливістю не звертати уваги на незнайомі лексеми. Метою такого читання є розвиток базових умінь і навичок читати, заохочення студентів до читання іноземною мовою. Цей вид читання допомагає студентам розуміти зміст тексту, нагромадити словниковий запас, ознайомити з типовими граматичними структурами й моделями речень, зануритись у культуру народу⁴².

Інший вид читання – *інтенсивне*. На відміну від попереднього, таке читання передбачає повне розуміння тексту. Для нього використовують невеликі за обсягом тексти, значно складніші за мовною формою. На це студентам відводять більше часу, адже тексти містять велику кількість невідомих лексичних одиниць й граматичних структур. Цей вид читання потрібний для того, щоб удосконалити й поглибити розвиток навичок і вмінь читати і забезпечити повноту й глибину розуміння складних текстів⁴³.

Об'єктом *аналітичного розгляду* в тексті мають бути:

- 1) речення, зміст яких зрозумілий з контексту, які належать до потенційного словника іноземного студента;
- 2) незнайомі слова, зміст яких потрібно з'ясувати. Насамперед до таких слів належать багатозначні, адже щоб обрати правильний еквівалент, потрібно розуміти граматичну форму й функції лексеми;
- 3) речення, у яких слова внаслідок конверсії вживають у незвичній для студента функції частин мови;
- 4) речення, ускладнені дієприслівниковими чи дієприкметниковими зворотами;

⁴¹ Станкевич Н.І. Види читання в курсі української мови як іноземної / Н.І. Станкевич // Теорія і практика викладання української мови як іноземної. – 2013. – Вип. 8. – С. 188.

⁴² Mikulecky, B. S. Teaching Reading in a Second Language [Електронний ресурс] Режим доступу : <http://www.longmanhomeusa.com/content/FINAL-LO%20RES-Mikulecky-Reading%20Monograph%20.pdf>.

⁴³ Тарнопольський О. Б. Методика навчання іншомовної мовленнєвої діяльності у вищому мовному закладі освіти. – С. 78.

5) речення, у яких є фразеологічні звороти⁴⁴.

Синтетичне читання скероване на зміст і не акцентує уваги на аналізі мовної форми, у якій цей зміст виражено, а робить це побіжно. Синтетичне читання здійснюють на матеріалі текстів, у яких лексико-фразеологічний і граматичний матеріал головно знайомий студентам. Проте в них можуть бути й такі лексичні одиниці, які стають зрозумілими з контексту й завдяки наявності в них засвоєних словотворчих елементів⁴⁵.

Н. Гриняєва виділяє також види читання залежно від їхнього способу. Читанням мовчки називає «*читання про себе*», тобто відсутність процесу вербалізації тексту. Натомість читання вголос слугує доповненням для оволодіння читанням мовчки й стимулом для кращого розуміння змісту тексту. Тому мовознавиця вирізняє такі функції читання вголос: спосіб оволодіння технікою читання «сам до себе»; засіб навчання розумінню змісту матеріалів, які читають; засіб контролю точності розуміння, з'ясування труднощів у процесі читання; засіб навчання виразному читанню, удосконалювання навичок вимови й розвитку усного мовлення⁴⁶.

Під час читання, на думку С. Тарнопольського, важливим є чинник **режимів (видів) читання**. Залежно від умінь, які розвиває певний вид читання, науковець *виділяє переглядове, ознайомлювальне, вивчальне, пошукове, критичне читання*. *Переглядове* читання передбачає визначення теми й головних питань, розглянутих у тексті (темп 1–1,5 сторінок/хв). Його мета – визначити потрібність й зацікавленість у цьому тексті. *Ознайомлювальне* – найбільш поширений вид читання, передбачає глибоке розуміння змісту основної й другорядної інформації, сприйняття до 70% фактів (темп – 180–190 слів/хв). *Вивчальне* читання – вид читання, який використовують рідко, зокрема для того, щоб зрозуміти всю інформацію

⁴⁴ Гальскова Н. Д. Современная методика обучения иностранным языкам / Н.Д. Гальскова – М. : Аркти-Глосса, 2000. – С. 459.

⁴⁵ Варга Л. Методика формування іншомовної комунікативної компетенції в читанні німецькомовних текстів як текстів другої іноземної мови на початковому етапі вивчення / Л. І. Варга // Наук. вісник Ужгород. нац. ун-ту. – Ужгород, 2013. – Вип. 26. – С. 35.

⁴⁶ Гриняєва Н. Читання як засіб формування мовленнєвої компетенції при вивченні дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням». – С. 27–28.

(темп – 50–60 слів/хв). *Пошукове* читання поєднує переглядове й ознайомлювальне читання. Його сутність – пошук в тексті конкретної інформації та її детальне вивчення (темп – 1–1,5 сторінки/хв). *Критичне* читання – передбачає детальне вивчення тексту, після чого студент висловлює власну думку щодо змісту тексту. Його темп вважають найповільнішим⁴⁷.

Зауважимо, що під час роботи з темою «Підприємство» варто використовувати декілька режимів читання. Вивчальне може бути спрямоване на читання документів, спеціальних матеріалів, де розміщено важливу інформацію; пошукове читання зорієнтоване на професійне вивчення якоїсь проблеми; ознайомлювальне передбачає розуміння основного змісту тексту, виокремлення ключових слів, термінів.

Залежно від того, яку роботу здійснюють з текстами, Н. Бурвікова виділяє **аудиторну** і **позааудиторну роботу**, а за структурою поділяє на «*тексти укладені*, в основі яких лежить певний цілісний композиційний план, тобто тексти монологічного характеру, і тексти *неукладені* – діалоги, в яких той, хто навчається, бере активну участь, або діалоги-бесіди, у яких слухач не є учасником комунікативного акту»⁴⁸.

Залежно від мети вправи розрізняють на **дотекстові**, **власне текстові (притекстові)** і **післятекстові**. Мета дотекстових – підготувати користувача до розуміння матеріалу, який він буде вивчати, збільшити його словниковий запас, повторити або вивчити граматичні особливості мови. Післятекстова група вправ має на меті зрозуміти, наскільки студент зрозумів текст, тобто перевірка його розуміння⁴⁹. Вправи, які супроводжують читання, містять у собі комунікативну або методичну настанову.

⁴⁷ Гарнопольський О. Б. Методика навчання іншомовної мовленнєвої діяльності у вищому мовному закладі освіти. – С. 73.

⁴⁸ Цит. за: Станкевич Н. Види мовленнєвої діяльності в аспекті лінгводидактики. – С. 43.

⁴⁹ Сокіл Б. Дотекстові та післятекстові вправи: типологія та особливості побудови / Б. Сокіл // Теорія і практика викладання української мови як іноземної : зб. наук. праць. – Львів, 2011. – Вип. 6. – С. 196.

Відповідно до Державного стандарту української мови як іноземної,⁵⁰ на **рубіжному і середньому рівнях** студенти розуміють загальний зміст неадаптованих описових або розповідних текстів, написаних у різних стилях і жанрах, а також деталі тексту, розуміють близько 60% змісту тексту, однак тексти професійної тематики розуміють за умови невеликого обсягу (детальне розуміння), уміють швидко переглядати великі за обсягом тексти з метою пошуку повної інформації, виділяти деталі тексту, окремі факти і зв'язок між ними.

Отже, головним під час формування навичок читання є текст, який має відповідати цілям навчання, індивідуальним особливостям, рівню знань. Щодо останнього, потрібно врахувати кількість нових лексичних одиниць, наявність чи відсутність синонімів, а також потенційний словник студента. Під час добору режимів читання потрібно звертати увагу на всі види, однак у темі «Підприємство» особливу увагу варто приділити вивчальному, а також ознайомлювальному та пошуковому читанню. Вони дадуть змогу розвинути різну глибину проникнення у зміст тексту, рівень його розуміння передусім залежно від виду і жанру тексту (документ, фаховий текст (навчальний, науковий), публіцистичний текст, газетний матеріал тощо).

⁵⁰ Державний стандарт України. Українська мова як іноземна. Рівні загального володіння та діагностика / укл. Д. Мазурик, О. Антонів, О. Синчак, Г. Бойко [Електр. ресурс]. – Режим доступу : <https://www.slideshare.net/ssuserb0992b/standart-96636178>.

1.4. Аудіювання у процесі навчання української мови як іноземної

Під час вивчення іноземної мови важливу роль відводять аудіюванню, завдяки якому студенти навчаються сприймати і розуміти усне мовлення, засвоюють лексичний склад мови та її граматичну структуру. Як зазначає О. Федорова, у реальній комунікації на частку аудіювання припадає 42% часу, тоді як на інші види менше: говоріння – 32%, читання – 15%, письмо – 11%⁵¹. Також аудіювання допомагає сформувати навички для інших видів мовленнєвої діяльності, особливо компетенції говоріння, яка безпосередньо залежить від вміння розуміти співрозмовника.

Як зауважив О. Тарнопольський, аудіювання має внутрішню форму перебігу процесу, основою якого є такі психічні процеси, як сприйняття на слух, увага, розпізнавання і зіставлення мовних засобів, їхня ідентифікація, осмислення, антиципація, групування, узагальнення, утримання в пам'яті, умовивід, тобто відтворення чужої думки й адекватна на неї реакція, розуміння сприйнятого смислового змісту⁵².

Процес декодування адресантом аудіоповідомлення може бути ускладненим; щоб запобігти цьому, потрібно розуміти, якими бувають механізми сприймання мовлення, а саме:

- *внутрішнього промовляння* – завдяки йому слухач має здатність перетворювати звукові образи в артикуляційні;
- *сегментування мовленнєвого ланцюга* – під час сприйняття мовленнєвого потоку слухач виокремлює певні лексико-граматичні ланки (фрази, синтагми, словосполучення, слова);
- *оперативної пам'яті* – для осмислення почутого слухач використовує короткотривалу пам'ять;
- *довготривалої пам'яті*;
- *осмислення* – перетворення словесної інформації в образну;

⁵¹ Федорова О. Формування аудитивних умінь іноземних слухачів підготовчого відділення у процесі навчання української мови : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук / О. Федорова. – Івано-Франківськ, 2016. – С. 5.

⁵² Тарнопольський О. Б. Методика навчання іноземних мов у середніх навчальних закладах. – С. 117–118.

– *антиципації* – механізм, який допомагає за початком слова, словосполучення, речення, висловлювання, тексту передбачити його закінчення на рівні *структурного, лінгвістичного й смислового* прогнозування⁵³.

Щодо механізму прогнозування О. Бігич висловлює таку думку: «Слова існують в пам'яті не ізольовано, а складають систему лексико-семантичних відношень. Саме ці відношення й визначають характер структурного прогнозування. Водночас кожне слово має певну валентність. Поява кожного нового слова значно обмежує можливість вживання інших слів. Так само і з граматичними структурами: що більшим є обсяг семантичного поля, то міцнішими є лексичні й граматичні навички; що краще слухач знає типові мовленнєві ситуації й володіє мовленнєвими моделями, то легше він розпізнає їх на слух»⁵⁴. Отож вони є взаємозалежними, адже передбачаючи смисл висловлювання, слухач спирається на мовні й позамовні чинники: контекст, ситуації мовлення, особливості мовця, його мовленнєвий досвід тощо.

Для того, щоб так передбачати зміст аудіоповідомлення, потрібно докласти значно більше зусиль, ніж під час сприйняття письмового матеріалу. Це можна пояснити тим, що під час слухання процес сприйняття ускладнений, він залежить від умов і власних особливостей мовця, як-от: зміст промови, вибір мовних засобів, якими користується мовець, його темп. Також час для сприйняття аудіоповідомлення визначає лише викладач, через що слухач не може зупинити аудіозапис, щоб осмислити його чи прослухати ще раз, навпаки, студентові потрібно пристосуватися до умов і встигати за швидкістю голосів, які звучать в аудіофайлі.

Мовознавець О. Бігич під час організації навчального процесу виділяє такі чинники, які впливають на успішність студента:

- екстралінгвістичні (темп аудіотекстів, наявність опор, які полегшують сприйняття й розуміння аудіоінформації та ін.);

⁵³ Там само. – С. 123–124.

⁵⁴ Бігич О. В. Методика формування іншомовної компетентності в аудіюванні / О. В. Бігич // Іноземні мови. – 2012. – № 2. – С. 20.

- індивідуально-особистісні (мовний і мовленнєвий досвід студентів у рідній та іноземній мовах, рівень сформованості механізмів аудіювання);
- лінгвістичні (мовна, структурна й змістова характеристика текстів).

Також під час добору текстів потрібно зважати на те, щоб обсяг тексту відповідав можливостям студента й не спровокував інформаційного перевантаження. На початкових етапах вивчення української як іноземної аудіотекст має тривати 1,5–2 хв, згодом збільшитися до 5 хв⁵⁵. Тож для добору текстів під час вивчення теми «Підприємство» на рівнях В1–В2 доцільно використовувати аудіотексти тривалістю 5 хв або коротші, якщо складність змісту повідомлення підвищена.

Іншим чинником, який може створювати труднощі сприйняття, є надто швидке чи повільне мовлення продуцента. Н. Гез аргументує це тим, що надто швидкий темп текстового повідомлення ускладнює розрізнення пауз між словами й скорочує час на розуміння змісту. Натомість надто повільний текст розсіює увагу й створює відчуття втоми⁵⁶. Темп мовлення, залежно від складності тексту й настанови на глибину розуміння, становить 180–240 складів за хвилину, до того ж вмикати текст можна лише раз⁵⁷.

Ще одним складником аудитивної компетентності є наявність мовних знань, а саме: фонетичних, лексичних, граматичних. Фонетичні труднощі пов'язані з інтонацією, логічним наголосом і темпом мовлення. До фонетичних труднощів належать декларативні й процедурні знання. Декларативними знаннями є мовні знання (фонем, інтонем, лексичних одиниць, граматичних структур тощо) і країнознавчі знання (культури іноземної країни, зокрема фонові знання). До процедурних знань належать соціокультурні знання, зокрема мовленнєвої і немовленнєвої поведінки носіїв іноземної мови в процесі аудіювання. Щодо лексичних, то виникає проблема

⁵⁵ Там само. – С. 22.

⁵⁶ Гез. Н. Д. Роль условий общения при обучении слушанию и говорению / Н. Д. Гез // Иностр. языки в школе. – 1981. – № 5. – С. 32.

⁵⁷ Федорова О. Формування аудитивних умінь іноземних слухачів підготовчого відділення у процесі навчання української мови. – С. 61.

сприйняття коротких і довгих слів, розходження семантичних структур, омонімія, паронімія, а також використання переносного значення. Граматичні труднощі пов'язані з наявністю аналітичних форм, відмінним від рідної мови мовця порядком слів у реченні⁵⁸.

Під час формування компетенції в аудіюванні використовують **автентичні, напівавтентичні й укладені (навчальні)** аудіотексти. Автентичними є тексти, взяті безпосередньо з розмови носіїв мови, їхньою перевагою є те, що вони найкраще відтворюють реальну ситуацію мовлення, містять у собі перебивання, повтори, виправлення, недомовки, надмірну емоційність, образність, менш чітку організацію синтаксису тощо. Легшими для навчання є напівавтентичні аудіотексти, тобто такі, які первинно взяті з реальної ситуації, але скорочені й модифіковані. Найлегші у навчанні аудіотексти, які укладає викладач відповідно до рівня мовленнєвого досвіду, конкретного вікового контингенту студентів, а також навчальних функцій опор та орієнтирів⁵⁹.

На думку О. Кострубіної, для успішної організації роботи з аудіотекстом важливо враховувати такі чинники:

- 1) аудіотексти мають створювати мотивацію до вивчення мови;
- 2) аудіотексти мають стимулювати потребу студента в пізнанні нових реалій про мову й культуру, побут і звичаї;
- 3) занадто важкі тексти можуть демотивувати студента, легкі аудіотексти, які засвідчують відсутність моменту подолання труднощів, не можуть бути розвивальними;
- 4) текст для аудіювання має віддзеркалювати інтереси студентів⁶⁰.

Найчастіше у навчанні мови як іноземної використовують два види аудіотекстів – **тексти-описи і фабульні тексти**. У текстах-описах є велика кількість інформації без зосередження уваги на головній, тому ступінь

⁵⁸ Бігич О. В. Методика формування іншомовної компетентності в аудіюванні. – С. 20.

⁵⁹ Там само. – С. 24.

⁶⁰ Кострубіна О. В. Аудіотекст та етапи роботи з ним у процесі розвитку аудитивних умінь і навичок студентів / О. В. Кострубіна // Викладання мов у вищих навчальних закладах освіти : зб. наук. праць.. – Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2007. – Вип 11. – С. 171– 172.

розуміння залежить переважно від кількості зрозумілих фактів, які потрібно запам'ятати. У фабульних текстах, навпаки, зрозуміло, де головна інформація, а де другорядна, для них характерний динамізм подій, дій і вчинків персонажів. Такі тексти вимагають переосмислення інформації, пов'язаної з фактами⁶¹.

Методисти розподіляють навчальний процес аудіювання на три складники: передслухання, слухання, післяслухання.

Перший етап – **передслухання** (Pre-Listening), який має на меті підготувати студентів до слухання тексту, спрямований на активізацію загальних знань з проблеми, яка висвітлена в тексті. Його особливість полягає в тому, щоб дати можливість студентам спрогнозувати зміст аудіотексту за ілюстраціями чи завданнями до нього, актуалізувати знання уже відомих граматичних структур і сприймання речень, які містять незнайомі слова, що не впливають на розуміння смислу висловлювання. Наприклад: 1. *З'ясуйте, спираючись на заголовок, про що йдеться в цьому тексті. Прослухайте текст, знайдіть підтвердження чи заперечення вашої думки;* 2. *Уважно роздивіться малюнки. Спробуйте здогадатися, про що йтиметься в тексті).* Мета цього етапу – коротко розповісти, про що текст, який студенти будуть слухати, ознайомити їх із завданнями до нього, перевірити якість звукозапису.

Другий етап – **слухання** (While-Listening). На цьому етапі студенти слухають текст і виконують завдання до нього, які можуть стосуватися різних рівнів інформації: основний зміст (формування загального уявлення про текст, його головну думку), детальне розуміння (з'ясування всіх подробиць), критичне розуміння (оцінка прослуханого, з виділенням основної інформації, з коментуванням й обговоренням, тобто з творчими, проблемними завданнями, що передбачають розуміння емоційно-оцінних елементів тексту і наявності уміння співвідносити зміст із ситуацією

⁶¹ Тарнопольський О. Б. Методика навчання іноземних мов у середніх навчальних закладах. – С. 122.

спілкування)⁶². Наприклад, такі завдання: 1. *Прослухайте відео. Виконайте тестові завдання до нього.* 2. *Прослухайте діалог. Доповніть пропуски.* 3. *Перегляньте відео і зразок договору. Впишіть назви частин договору, які Ви почуєте у відео.*

Під час слухання доцільно пропонувати студентам завдання за ступенем складності: спочатку слухання для загального розуміння, згодом детальне слухання, а тоді слухання для формулювання власних висновків.

Третій етап – **післяслухання** (Post-Listening), який передбачає комунікативну діяльність, пов'язану зі змістом тексту⁶³. Для теми «Підприємство» можна використати такі: 1. *Перегляньте фільм «Форд проти Феррарі». Запишіть успішні стратегії обох компаній. Проаналізуйте їхню відмінність.* 2. *Перегляньте відео й виконайте завдання. Дайте відповіді на запитання: «Який продукт справжнім успіхом на ринку для Епл? Що цьому сприяло?».*

Аудіотексти потрібно підбирати відповідно до вимог Державного стандарту з української мови як іноземної.⁶⁴ На **рубіжному і середньому рівнях** слухач має розуміти чималі за обсягом висловлювання (до 700 слів) й лекції і стежити за складною аргументацією на вивчені теми, більшість телевізійних новин і програм про щоденні події розмовного жанру, більшість фільмів, якщо мова персонажів відповідає літературній мові, українське мовлення на тлі інших мов у теле- й радіозаписах. Уміє визначити тему, основну ідею, суміжну проблематику, головну і другорядну інформацію в кожній змістово-завершеній частині повідомлення. Розуміє текст, проговорений з природною швидкістю, у хороших акустичних умовах, з невеликою кількістю перешкод (шуму).

⁶² Метьолкіна О. М. Методичні рекомендації щодо організації індивідуального навчання аудіювання / О. М. Метьолкіна. – К. : Київський державний лінгвістичний університет, 1994. – С. 65.

⁶³ Hall Houston. The Three Stages of a Listening Activity // EFL Magazine. How To Teach, Teaching Resources. [Електр. ресурс]. – Режим доступу : <https://www.eflmagazine.com/the-three-stages-of-a-listening-activity/> – Назва з титул. екрана.

⁶⁴ Державний стандарт України. Українська мова як іноземна. Рівні загального володіння та діагностика / укл. Д. Мазурик, О. Антонів, О. Синчак, Г. Бойко [Електр. ресурс]. – Режим доступу : <https://www.slideshare.net/ssuserb0992b/standart-96636178>.

Отже, слухання – важливий елемент процесу вивчення іноземної мови. Він належить до рецептивних видів мовленнєвої діяльності, тобто до пасивних, однак закладає основи для успішної комунікації. Для ефективної організації процесу навчання аудіювати потрібно враховувати екстралінгвістичні, індивідуально-особистісні й лінгвістичні чинники, підбирати текст відповідно до навчальної мети. Завдяки цьому студент навчиться розпізнавати знайомі слова у мовленнєвому потоці й відтворювати їх під час продуктивних видів мовленнєвої діяльності.

РОЗДІЛ 2. Лінгводидактичний потенціал теми «Підприємство»

2.1. Лексичне наповнення теми «Підприємство» й ситуативна організація матеріалу

Проаналізувавши близько 30 розмовників, ми з'ясували, що тема «Підприємство» висвітлена лише у семи. З них ми зафіксували 120 мовних одиниць, що розкривають тему «Підприємство». Найбільше слів подано в Українсько-польському тематичному словнику Я. Рігера і О. Демської-Кульчицької – 102 лексеми. Найбільш частотними, тобто такими, які зафіксовано щонайменше в п'ятьох розмовниках, є такі слова: *витрати, директор, договір, договірні сторони, збитки, компанія, контракт, партнер, переговори, підприємство, податок, прибуток, представник фірми, угода, фірма* тощо (див. Додаток А).

Тематична група теми «Підприємство» є досить різноманітною за багатьма ознаками. Кожен термін підприємницької сфери можна охарактеризувати за такими критеріями: *походженням, семантикою, системними зв'язками, граматичною структурою та способом термінотворення.*

За **походженням** лексема може бути питомою або запозиченою. До питомих належить корінна, тобто лексика, що побутувала на нашій території споконвіків. До такої категорії належать лексеми, які утворилися від найпоширеніших та найдавніших слів, як-от: *доручати, згода, угода, зустріч, переговори, підпис, справа* та ін. Трапляються питомі слова, які складаються з двох компонентів, наприклад: *уповноваження*. Інша група – запозичені лексеми – складається з іншомовних слів, що цілком засвоєні мовою, яка їх запозичила. Найчастіше лексеми походять з латинської (*акція, консалтинг, компанія, кошти, операція, приватизація, спонсор, трансакція*), німецької (*бухгалтер, вексель, керує, підприємство, рентабельність, цех*), англійської (*бізнес, бізнесмен, брокер, дилер, маркетинг, сейф*), французької (*капітал*), італійської (*банкрутство, фірма*), польської (*керівник*), рідше з

тюркської (*товариство*), чеської (*гроші*) та ін. Кількість питомих лексем на позначення теми «Підприємництво» в українській мові менша; під час аналізу було зафіксовано 76 запозичених лексем і 44 питомі.

У межах терміносистеми «Підприємство» виділяємо одиниці, пов'язані певними **системно-смысловими зв'язками**, тобто залежно від контексту вони можуть набувати нового значення. Зокрема, родовидові (*директор – директор фірми – комерційний директор*); синонімічні (*витрати, видатки, збитки; гроші, кошти, капітал; дохід, прибуток*); антонімічні (*дохід – видатки, прибутковий – збитковий, уповноважений – неуповноважений*) та ін.

За **структурою** терміни можуть бути простими, складними і складеними. Прості – це терміни, що складаються з однієї основи: *фірма, збитки, керування*. Складні мають кілька основ, як-от: *бізнес-леді, бізнес-план, бізнесмен, конкурентоздатність, самофінансування, уповноваження*. Складені – це словосполучення, найчастіше двокомпонентні: дієслово+іменник, прикметник+іменник та іменник (Н.в)+іменник (Р.в.). Наприклад: *вести переговори, офіційний лист, скласти бізнес-план, цінні папери, чистий дохід, оборот капіталу* та ін.

Традиційним засобом українського **термінотворення** є афіксація, тобто творення слів за допомогою афіксів, зокрема за допомогою суфікса (*банкрутство, бухгалтерія, власність, довіреність, збитковість, нерухомість, приватизація*). Також поширеним є творення слів безсуфіксним способом: *підписати – підпис, зустрічати – зустріч*. Інший спосіб творення – словоскладання, тобто поєднання кількох основ в одному слові: *бізнесмен – бізнес і мен*.

Зважаючи на те, що студенти-іноземці найкраще сприймають матеріал, який структурований у тематичні групи, застосовуємо **семантичний** критерій і створюємо класифікацію лексики залежно від її значення. Відтак виділяємо такі тематичні підгрупи: *власне підприємство, діяльність фірми, фінансова діяльність і ресурси підприємства*.

У підгрупі «Власне підприємство» зафіксовано синонімічні варіації лексеми підприємство. Діяльність у будь-якій галузі, що дає прибутки, називають *підприємством*⁶⁵. Поняття підприємства не обмежене лише сферою діяльності, а й означає окрему виробничу установу. Словник економічних термінів тлумачить це поняття так: «самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, чи іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому Господарським кодексом України (стаття 62) та іншими законами»⁶⁶. Тобто виділяють такі ознаки поняття *підприємство*: автономність, забезпечення систематичної діяльності та її прибутковість.

Лексеми *компанія і товариство* використовують для позначення сукупності людей – «організація, об'єднання людей, які ставлять перед собою спільні завдання, мету, програму дій і відповідно діють для їх виконання, здійснення»⁶⁷.

Натомість лексеми *установа і фірма* мають дещо ширше поняття із додатковою вказівкою на перспективну діяльність, порівняно сталу економіку, що дає можливість оцінювати її як довірену організацію.

На статус надійності підприємства значною мірою впливає її діяльність. **Діяльність фірми** – висхідний, за А. Файодем, функціональний погляд на роботу менеджерів, у якому варто розрізняти шість видів діяльності:

- 1) технічну, зокрема переробку й виробництво;
- 2) комерційну, наприклад, закупівля, продаж та обмін;
- 3) фінансову, зокрема пошуки оптимальних джерел капіталу;

⁶⁵ Словник української мови : в 11 т. – К., 1970–1980. – Т. VI. – С. 47.

⁶⁶ Словник термінів і понять з дисципліни «Економіка підприємства» [уклад. О. І. Ємець]. – Івано-Франківськ : Тіповіт, 2015. – С. 17.

⁶⁷ Словник української мови. – Т. X. – С. 159.

4) функції безпеки з метою захисту від пожеж, крадіжок, повеней і соціальних негараздів;

5) ведення обліку, наприклад, збір даних, надання фінансових і статистичних звітів;

б) власне управлінську діяльність, під якою розуміють прогнозування, організаційні завдання, керівництво і контроль⁶⁸.

Лексичне наповнення діяльності будь-якої установи, незалежно від її спрямування, можна поділити на такі підгрупи: *безпосередня дія, суб'єкт діяльності та об'єкт діяльності*.

Безпосередньою дією вважають внутрішні імпульси, що керують вчинками людини для досягнення певної мети. Якщо мовити про фірму, то такими діями вважають операції, доручення, оборот грошового капіталу фірми, купівля-продаж тієї чи тієї організації, її створення та ін. Залежно від спрямування діяльність фірми можна поділити на такі підгрупи: *зовнішня, внутрішня*.

Під **зовнішньою** розуміють сферу господарської діяльності організації, пов'язаною з міжнародною виробничою й науково-технічною кооперацією, експортом та імпортом продукції, виходом підприємства на зовнішній ринок⁶⁹. Це великий пласт лексики, який стосується багатьох сфер, починаючи з грошового обігу завдяки товарним відносинам та закінчуючи спільними проектами в певній галузі. До цієї підгрупи належать такі лексеми: *вести переговори/ перемовини, засвідчення копії, зустріч, приватизація, трансакція, угода*.

Внутрішня діяльність підприємства визначає технічні та організаційні умови роботи підприємства і є результатом управлінських рішень. Основними елементами внутрішнього середовища є: підприємець, мета підприємства, працівники, технології, ресурси, структура управління, результат діяльності підприємства тощо. Відповідно до чого виділяємо

⁶⁸ Економічний словник [Г. В. Осовська, О. О. Юшкевич, Й. С. Завадський]. – К. : Кондор, 2009. – С. 74.

⁶⁹ Лаврова Ю.В. Економіка підприємства та маркетинг : конспект лекцій / Ю.В. Лаврова. – Х. : ХНАДУ, 2012. – С. 211.

лексеми *вести справу/ бізнес, доручати, керувати підприємством, консалтинг, маркетинг, оборот грошового капіталу, операція, уповноваження.*

Суб'єкти підприємницької діяльності – особи, не обмежені законом у правоздатності або дієздатності, які здійснюють діяльність, метою якої є отримання прибутку; юридичні особи всіх форм власності. Суб'єктами бізнесу можуть бути: *акціонер, власник, брокер, керівник акціонерного товариства, орендатор, комерсант (підприємець, бізнесмен, бізнес-леді), робітник, службовець.*

Об'єктами діяльності називають те, на що спрямована діяльність суб'єкта. Різна діяльність, як-от переговори, виготовлення товару, операція, управління, має свого суб'єкта, який вимагає того, на що спрямовується дія, її логічний результат, тобто об'єктом може бути *бізнес-план, контракт, підпис, план, проєкт, реформа, угода.*

Об'єктом діяльності зазвичай є те, що позитивно впливає на фінансову діяльність установи. **Фінансова діяльність** – це «система форм і методів, які використовуються для фінансового забезпечення функціонування підприємств та досягнення ними визначених цілей»⁷⁰, тобто це практична фінансова робота, яка забезпечує життєдіяльність підприємства, поліпшення її результатів. Для цього здійснюють грошовий обіг, тобто рух грошей у готівковій і безготівковій формах, який обслуговує реалізацію товарів і нетоварні платежі в господарстві, який фіксують у бюджетних рахунках.

Залежно від того, у якому напрямі здійснюється рух грошей, вирізняють **накопичення і зменшення коштів**. Накопичення вказують на *рентабельність* підприємства і мають форму *доходів, виручки, інвестицій, прибутку, самофінансування, чистого доходу* тощо. До блоку зменшення коштів відносимо *боргове зобов'язання, вексель, видатки, витрати, збитки,*

⁷⁰ Економічний словник. – С. 30.

податок, рекламація, а наслідком тривалого зменшення коштів може стати банкрутство.

Окрім капіталу, підприємство має також **ресурси** або **активи**, тобто усе, чим володіє підприємство: готівка, дебіторська заборгованість, обладнання та майно підприємства⁷¹. Розрізняють активи **матеріальні** (основні фонди та оборотні активи в будь-якому вигляді, що відрізняються від коштів, цінних паперів, дивідендів та нематеріальних активів) і активи **нематеріальні** (частина майна підприємства, наданого через належні йому патенти, ліцензії та інші права на власність, права користування землею, водою та іншими ресурсами)⁷².

До матеріальних активів належить *майно* (окрема річ, сукупність речей, майнові права та обов'язки, гроші і цінні папери, а також майнові права на них), *нерухомість, офіс, рахунок, сейф, устаткування*.

Однією з найбільш ключових нематеріальних активів будь-якої організації є *інформація*, а одним із джерел інформації є *досвід*, а також *ліцензія, патент, право на оренду*.

До ресурсів підприємства також належить **організаційна структура** — це сукупність відділів і служб, що здійснюють побудову і координацію функціонування системи менеджменту, розробку і реалізацію управлінських рішень з виконання бізнес-плану, інноваційного проекту⁷³.

До складу основних функціональних структур організації входять технологічна (*цех, лабораторія, фабрика*), організаційно-управлінська (*бюро, реєстратура, канцелярія*), економічна (*бухгалтерія*).

Між відділами розподіляють **кадровий склад**, тобто персонал підприємства — це «сукупність найнятих працівників різних професійно-кваліфікаційних груп, зайнятих на підприємстві відповідно до штатного розкладу, а також власники організації, які одержують на підприємстві

⁷¹ Чернецька С. А. Аналіз активів підприємства / С. А. Чернецька // Вісник Чернівецьк. торгов.-екон. ін-ту : економічні науки. — 2013. — Вип. 3. — С. 333.

⁷² Словник термінів і понять з дисципліни «Економіка підприємства». — С. 9.

⁷³ Гриньова В.М. Організація виробництва: підруч. / В. М. Гриньова, М. М. Салун. — К. : Знання, 2009. — С.13.

заробітну плату за відповідну роботу»⁷⁴. Класифікують дві групи персоналу: керівники та робітники.

Керівниками називають працівників, що займають посади керівників підприємств та їхніх структурних підрозділів. До них належать *директор (генеральний директор), начальники, завідувачі, майстри, головні спеціалісти (головний бухгалтер, головний інженер, головний механік тощо), а також заступники перелічених керівників*⁷⁵.

Робітники – це персонал, безпосередньо зайнятий у процесі створення матеріальних цінностей, а також зайнятий ремонтом, переміщенням вантажів, перевезенням пасажирів, наданням послуг⁷⁶. До них належать: *бухгалтер, маркетолог, секретар, співробітник, спеціаліст*.

Останньою ланкою, яка доповнює активи є **документація**. Документ – це матеріальний об'єкт, що містить у зафіксованому вигляді інформацію, оформлений у зведеному порядку і має відповідно до чинного законодавства юридичну силу. Сукупність документів називають *цінними паперами*, до яких належать такі лексеми: *акція, архів, довіреність, заява, контракт, концесія, лист, план, сертифікат, угода, циркуляр*.

Вважаємо, що для навчання студентів-іноземців гуманітарного спрямування, зокрема економічного профілю, саме така розширена тематична група дасть змогу ефективно засвоїти тему «Підприємство». Проте лексику кожної підгрупи не варто завчати механічно, її потрібно, наприклад, у продуктивних видах мовленнєвої діяльності, подавати ситуативно.

Важливе місце під час навчання продуктивних видів мовлення відводять **псевдокомунікації**, яку називають своєрідним «мостом через прірву, яка виникає між навчанням і справжньою комунікацією»⁷⁷. Для того, щоб налагодити псевдокомунікацію студента, потрібно застосовувати відповідні техніки, методи, прийоми та умови. Зокрема, А. Серетни та

⁷⁴ Словник термінів і понять з дисципліни «Економіка підприємства». – С. 14.

⁷⁵ Там само. – С. 14.

⁷⁶ Величко В. В. Економіка підприємства: навч. посіб. / В. В. Величко. – Х. : ХНАМГ, 2010. – С. 113.

⁷⁷ Костомаров В. Г. Методическое руководство для преподавателей русского языка иностранцам / В. Костомаров, О. Митрофанова. – М., 1978. – С. 86.

Е. Ліпінська виділяють такі три умови під час навчання говоріння, які має виконати викладач:

- 1) створення атмосфери, яка знижує почуття боязні перед помилкою (наприклад, занотовувати помилки, щоб не переривати відповідь студента);
- 2) застосування еліцитації, тобто пошуку додаткового стимулу для учня (цікава тема, текст, ситуація);
- 3) допомога викладача у будь-якій продуманій формі (запитання, що спрямовують студента)⁷⁸.

Кожна з цих умов спрямована на те, щоб студент розвинув навички говоріння, тобто умів вільно оперувати мовним матеріалом на вимовному, лексичному, граматичному рівнях, а також вирізняється й такими якостями, як цілеспрямованість, продуктивність, самостійність, динамічність, інтегрованість. Саме динамічність свідчить про уміння застосовувати мовленнєві навички у різних ситуаціях спілкування⁷⁹.

Для цього використовують **принцип ситуативності** як засобу мовленнєвої стимуляції і як умови розвитку мовленнєвих навичок, що передбачає динамічність таких аспектів, як предмет розмови, обставини, завдання. Цей принцип застосовують у мовленнєвій ситуації як динамічній системі взаємин учасників комунікації, під час якої у свідомості створюються чіткі настанови щодо діяльності у відповідній ситуації⁸⁰.

Мовленнєвим ситуаціям властиві такі риси: *змістовність* (уміння осмислити і розкрити комунікативну тему без пустослів'я), *евристичність* (процес мовлення спрямований на пізнання чогось нового, а також на те, щоб навчити студентів самостійно вирішувати якусь проблему), *ієрархічність*, *певна структура* (послідовність, логічність висловлювання).

⁷⁸ Seretny A. – Зазнач. праця. – S. 22.

⁷⁹ Пассов Е. Коммуникативный метод обучения иноязычному говорению / Е. Пассов. – 2-е изд. – М. : Просвещение, 1991. – С. 95.

⁸⁰ Станкевич Н. Навчально-мовленнєва ситуація у діалогічному мовленні: стратегія моделювання / Ніна Станкевич // Теорія і практика викладання української мови як іноземної : зб. наук. праць. – Львів, 2010. – Вип. 5. – С. 53.

Виділяють такі **складові мовленнєвої ситуації**⁸¹:

- 1) обставини діяльності, у яких відбувається комунікація;
- 2) стосунки між комунікантами;
- 3) мовленнєві наміри;
- 4) реалізація самого акту спілкування, який створює нові стимули до мовлення.

Тема «Підприємство» може розвиватися у безлічі комунікативних ситуацій. Деякі з них можна зробити керованими і навчально-мовленнєвими. Наприклад, комунікативну тему «Співбесіда». Тут складовими мовленнєвої комунікації є приміщення (*офіс*), у якому відбувається співбесіда, ієрархічні стосунки між керівником і потенційним підлеглим, який має намір зайняти певну посаду у компанії. Реалізація самого акту – це власне процес говоріння, під час якого застосовують такі елементи: *привітання; представлення учасників комунікації; розмова про посаду і вимоги до неї; досвід роботи; керівник оголошує своє рішення, або просить кілька днів, щоб вирішити; прощання*. Цікавими навчальними ситуаціями можна наповнити теми «Ведення переговорів», «Зустріч із спонсором», «Ведення по телефону ділової бесіди» та ін.) .

Особливу увагу у навчанні письма варто приділити роботі з діловими паперами (заява, договір, статут, акт та ін.). У межах практичного письма потрібно актуалізувати лексику – назви документів. Н. Станкевич серед переліку документів, необхідних для професійної компетенції студентів, називає й ті, що безпосередньо стосуються теми «Підприємство»: статті; звіти; тексти доповідей та презентацій; ділові листи; CV, або резюме; ділові контракти та угоди; приватні листи; ділові електронні листи; приватні електронні листи. Доповнимо цей список документами, необхідними для студентів економічного профілю: акції, бізнес-план, інвестиційні сертифікати, облігації, векселі, заставні й приватизаційні цінні папери.

⁸¹ Станкевич Н. Навчально-мовленнєва ситуація у діалогічному мовленні: стратегія. – С. 54.

У кожному документі є свої реквізити та мовні штампи. Наприклад, у резюме реквізитами є: 1) адреса; 2) телефон; 3) електронна адреса; 4) ім'я та прізвище; 5) мета (посада); 6) освіта; 7) досвід роботи; 8) особиста інформація; 9) додаткова інформація; 10) ділові якості; мовними штампами: *заміщення вакантної посади, з умовою професійного вдосконалення і росту, володіти мовою, мати навички роботи; подати рекомендації та ін.*⁸². Для студента важливо знати не лише значення цих понять, а й наголосити на відповідному переліку мовних штампів і їхній послідовності, притаманним саме для Національного стандарту України.

Отже, зафіксована лексика на тему «Підприємство» є різноманітною. Її можна класифікувати залежно від походження, семантики, системних зв'язків, граматичної структури та способу термінотворення. Головним під час укладання вправ з говоріння є дотримання принципу ситуативності, що допомагає чітко окреслити предмет розмови, обставини, завдання й відповідно, окреслити тематичну групу лексики. Для теми «Підприємство» такими ситуаціями можуть бути співбесіда, ділова розмова, зустріч зі спонсором, ділові переговори тощо. Текст у кожному з видів мовленнєвої діяльності має містити той лексико-тематичний та комунікативно-поняттєвий мінімум, що відповідатиме його змісту.

2.2. Лінгводидактичні особливості вивчення теми «Підприємство» в іншомовній аудиторії

Тема «Підприємство» є актуальною, однак як матеріал для навчання української мови як іноземної недостатньо опрацьованою. Здебільшого тему «Підприємство» не подають як окрему, а включають до інших тем, що стосуються, наприклад, професій, місця праці, діяльності установ. У посібниках для середнього і рубіжного рівнів вона описана у складі таких тем: «Установа. Офіс», «Торгівля», «Справа», «Діяльність фірми», «Банк»,

⁸² Станкевич Н. Навчання практичного письма в курсі української мови як іноземної Практичне письмо / Ніна Станкевич // Теорія і практика викладання української мови як іноземної : зб. наук. праць. – Львів, 2012. – Вип. 7. – С. 54.

«Гроші», «Лабіринти бюрократії». Вважаємо, що тему «Підприємство» в посібниках висвітлено оглядово і вона потребує поглиблення.

Багато тем стосуються консультації з працевлаштування, наприклад, у формі діалогу, де консультант ставить запитання щодо наявних документів (паспорт біженця в Україні), умінь, фаху, освіти, досвіду, країни походження, мови, якими іноземець володіє⁸³. Такі вправи допомагають сформувати навички читання і говоріння.

Також багато вправ розвивають навички написання практичного письма, зокрема резюме. Для цього використовують порожній бланк, куди треба вписати відповідні дані, таблички, які фіксують потрібну інформацію. До цієї інформації належать: прізвище, ім'я, по батькові; домашня адреса, телефон, електронна пошта; дата народження; місце народження; громадянство; сімейний стан; діти; освіта: навчальний заклад, факультет, спеціальність; досвід роботи: назва підприємства, напрями діяльності, посада, обов'язки; додаткові дані: водійське посвідчення, рівень володіння комп'ютером⁸⁴.

Інша вправа подана у формі «питання-відповідь», де серед запропонованих питань є такі: «Рівень володіння мовою», «Що важливо у роботі», «Готовність до відряджень», «Готовність працювати понаднормово», «Шкідливі звички», «Хобі»⁸⁵. Ця вправа розвиває безпосередньо продуктивні види мовленнєвої діяльності, за умови, що студенти спершу озвучать відповідь, а тоді зафіксують її графічно.

У деяких вправах на розвиток письма пропонують безпосередньо написати резюме відповідно до поданих ситуацій: фонд шукає викладача української мови як іноземної для студентів, які розмовляють лише арабською; фірма шукає менеджера з філологічною освітою, який міг би брати участь у переговорах з арабомовними клієнтами, а також викладати

⁸³ Волкова О. Українська мова для студентів-іноземців / О. Волкова, Н. Ворона, Є. Голованенко. – Суми : Українська книга, 2017. – С. 209.

⁸⁴ Там само. – С. 211.

⁸⁵ Там само. – С. 207.

арабську мову працівникам фірми; туристична фірма шукає гίδα-перекладача зі знанням фарсі, дару, пушту для проведення екскурсій у Києві, київських музеях та визначних пам'ятних місцях⁸⁶.

Зазначимо, що вправи зосереджені на формування навичок говоріння, письма, читання, проте немає вправ для розвитку сприйняття аудіотексту. Це свідчить про неповну опрацьованість теми і потребу студентам формувати навички аудіювання самостійно або в контексті інших тем.

Зважаючи на це, ми створили систему різнотипних вправ, які безпосередньо стосуються теми «Підприємство» і розвивають усі види мовленнєвої діяльності.

Зазначену тему в системі вправ на читання можна подати як ***підготовчі, тренувальні*** чи ***закріплювальні*** вправи.

Перед безпосередньою комунікацією студенти засвоюють мовний матеріал на основі мовленнєво-підготовчих вправ. Так, у вправі 1 пропонуємо обговорити етапи створення підприємства, використовуючи слова-стимули, які дають вказівку на дату здачі проекту, що зроблено (*створено бізнес-план*), що виконують на цьому етапі (*розробляють рекламу підприємства*), що буде зроблено (*остаточно підтвердити спонсорів*). Також до такої групи вправ належать такі, що мають форму діалогу, куди потрібно вставити пропущене слово з довідки (див. вправа 11).

Для засвоєння і закріплення комунікативних навичок використовують мовленнєво-тренувальні вправи. Вправу 3 ми подаємо у формі діалогу з частковим керуванням – настановами щодо теми діалогу (*співбесіда*), завдання (*підтвердити свою компетентність*) і лексичного наповнення висловлювання (*етикетні формули, стиль мовлення, можливі запитання*).

Як закріплювальну вправу, тобто для повторної перевірки засвоєних навичок, можна використати вправу 7, яка у формі запитань підсумовує навички ділового етикету.

⁸⁶Там само. – С. 204.

Також вправи для розвитку комунікативних вмінь можуть мати *монологічну* форму, як вираження власної думки (вправа 4), способу вирішення проблеми (вправа 2), чи *діалогічну*, наприклад, скласти діалог у парах (вправа 1), доповнити речення (вправа 10).

Вправи можна поділити на умовно-комунікативні, наприклад, відтворити фрагменти спілкування під час співбесіди (вправа 10), вписати слово у діалог співробітників (вправа 11), а також комунікативні, тобто такі, що передбачають безпосереднє висловлення (вправа 9) чи формування діалогів у парах (вправа 1).

Так само залежно від *етапу вивчення* можна розподілити вправи на **ПИСЬМО**.

Підготовчими вправами будуть такі: до переліку дієслів потрібно дібрати відповідний іменник (вправа 1); серед букв у неправильному порядку впізнати слово (вправа 2), а також відпрацювати навички під час творення відіменникових прикметників, звертаючи увагу на зміну наголосу чи чергування приголосних (вправа 3).

Тренувальними вправами для формування навичок письма є 6 вправа, де потрібно за допомогою опор скласти бізнес-план, вставити дієслова в діалог (вправа 10), пояснити поняття (вправа 11).

Закріплювальною вправою можна використати вправу 7, де відповідно до рекламного оголошення потрібно написати лист на посаду персонального асистента керівника.

Також деякі вправи мають додаткові опори, які деталізують завдання. Такими *опорами* можуть бути додаткові настанови (вправа 9), лексеми, які вказують на деталі історії (вправа 8). Або студент повинен самостійно створити текст шляхом відповіді на запитання (вправа 5), вирішити проблему пошуку спонсорів (вправа 6) тощо.

Усі вправи на письмо є індивідуальними.

Вправи на **ЧИТАННЯ** можна класифікувати залежно від завдань на дотекстові, власне текстові (притекстові), післятекстові.

Прикладом дотекстових вправ є актуалізація слів, пов'язаних із текстом (вправа 13), підготовка студентів до сприйняття змісту тексту (вправа 9).

До післятекстових вправ можна віднести вправу 8, де потрібно заповнити пропуски словами з довідки, виписати з тексту лексику на позначення ресурсів підприємства (вправа 14), аналіз тексту (вправа 11).

Текстові вправи стосуються самого тексту, наприклад, визначити наголос у певних словах (вправа 3)

Прикладом післятекстових вправ є перевірка засвоєння інформації шляхом додаткових запитань (вправа 9), тестових завдань (вправа 6), пояснень слів, вжитих у тексті (вправа 7).

Важливим під час читання є вміння виділяти головне в тесті, це найкраще розвивати під час ознайомлювального читання, наприклад, у вправі 13, використовуємо також пошукове читання у вправі 14. Більшість вправ мають інтенсивний характер.

Серед вправ на аудіювання можна виділити вправи, що передують слуханню, ті, що виконують під час слухання та після слухання.

Вправи, орієнтовані на передслухання, попередньо ознайомлюють студентів зі змістом аудіотексту. Такі вправи мають форму настанов (вправа 1) або запитань (вправа 2), актуалізують лексику, яку студенти можуть почути в аудіотексті (вправа 12). Вправи на слухання підтверджують/спростовують висунуті твердження, наприклад, вписати пропущені слова (вправа 1). А після слухання студенти можуть виконувати тестові завдання (вправа 5), заповнювати пропуски (вправа 7), з'єднувати слова з їхніми значеннями (вправа 8) чи осмислювати почуте (вправа 11).

Отже, матеріали, зібрані у підручниках є неоднотипними, однак зосереджені навколо написання документів і загалом теми працевлаштування. Звичайно, ці теми містять лексичний матеріал не в такому обсязі, який, ми вважаємо, потрібний для засвоєння теми «Підприємство» на рубіжному і середньому рівнях, тож можна говорити про вичерпність знань у цій сфері, а отже, важливість їхнього доповнення. Для

прикладу подаємо конспект уроку для студентів-іноземців на тему «Поняття про «Підприємство» та аспекти його діяльності. Лексика на позначення діяльності у системі підприємства» (Додаток Б).

РОЗДІЛ 3. Вивчення теми «Підприємство» у різних видах мовленнєвої діяльності

3.1. Система вправ для розвитку умінь говоріння

Говоріння становить не лише первинний вид мовленнєвої діяльності у навчанні мови як іноземної, а й супроводжує інші види мовленнєвої діяльності на всіх етапах навчання. Тому методисти приділяють велику увагу виробленню цілого комплексу вправ, що навчають студентів-іноземців висловлювати свої думки, брати участь у спілкуванні. Переважно метою говоріння є вдосконалити навички використання лексики, творення монологу і діалогу, поліпшити вміння вести бесіду, зокрема й у професійній сфері. Подаємо комунікативні вправи, які можна використовувати для підготовчого, тренувального чи закріплювального етапу навчання. Вправи призначені для розвитку навичок творення монологів, діалогів і полілогів, які мають відповідні опори і є без ігрового компонента або з ним. Здебільшого використовуємо частковий і мінімальний рівні керування. Деякі вправи (12, 13) відображають зв'язок говоріння з іншими видами мовленнєвої діяльності, зокрема з читанням та аудіюванням. Саме пошукове читання інтернетресурсів сприятиме появі дискусійної теми, цікавого для студентів-іноземців фахового матеріалу й подальшому розвитку мовлення. Аудіовізуальна інформація у вигляді фільмів дасть змогу актуалізувати цілі пласти ділової лексики, набути навичок монологічного висловлювання з елементами оцінки.

Вправа 1. У парах проведіть співбесіду.

Мета: поліпшити вміння вести бесіду у формі зв'язних речень.

Вправа рекомендована до виконання на рубіжному і середньому рівнях В1–В2 володіння українською мовою як іноземною.

Ви прийшли на співбесіду до фірми, у якій вже давно мріяли працювати. Доведіть керівникові цієї фірми, що варті цієї посади.

Використайте в діалозі фрази, які найчастіше, на вашу думку, запитують під час співбесіди.

Вправа 2. Створіть монолог, використавши подану умову.

Мета: поліпшити вміння творити монолог відповідно до заданої ситуації.

Вправа рекомендована до виконання на рубіжному і середньому рівнях B1–B2 володіння українською мовою як іноземною.

Ви керівник фірми, який хоче розвивати свій бізнес, але для цього потрібно переконати спонсорів, що цей вклад того вартий. Запишіть резюме своєї фірми: чим вона займається, чого вона вже досягла, і вкажіть, які перспективи чекають на неї в майбутньому.

Вправа 3. Прочитайте програму фірми. Вигадайте успішну рекламу для неї.

Мета: поліпшити навички говоріння у процесі креативного творення реклами.

Вправа рекомендована до виконання на рубіжному рівні B1 володіння українською мовою як іноземною.

«Посиденьки»

Заклад, який пропонує своїм відвідувачам скуштувати смачну і вишукану їжу різних національних кухонь. Тут Вам запропонують смачну гарячу страву, легкі закуски і, звичайно, незабутній десерт. Заклад розрахований на відвідувачів різного віку. Щовихідних можна почути живу музику.

Вправа 4. Висловіть свою думку.

Мета: поліпшити навички творення логічно пов'язаного усного тексту під час творення монологу.

Вправа рекомендована до виконання на рубіжному рівні B1 володіння українською мовою як іноземною.

Ви є керівником фірми, який шукає кандидатуру на посаду маркетолога, головного бухгалтера і постачальника. Вкажіть, яким вимогам мають відповідати кандидати на відповідну посаду.

Вправа 5. Поміркуйте, що потрібно для того, щоб відкрити власну справу?

Мета: поліпшити навички творення логічно пов'язаного усного тексту під час творення монологу.

Вправа рекомендована до виконання на рубіжному рівні B1 володіння українською мовою як іноземною.

Вправа 6. Висловіть свою думку. Як має поводитися справжній керівник. Які фрази він найчастіше використовує і яка інтонація його голосу?

Мета: розвивати навички творення усного тексту.

Вправа рекомендована до виконання на рубіжному рівні B1 володіння українською мовою як іноземною.

Вправа 7. Висловіть свою думку.

Мета: розвивати навички мовця висловлюватися.

Вправа рекомендована до виконання на середньому рівні B2 володіння українською мовою як іноземною.

1. Як потрібно поводитися під час ділових переговорів?
2. Які доцільно вітатися і прощатися в діловому колі?
3. Як можна висловити прохання?
4. Як краще висловлювати скаргу чи відмову?
5. Чи можна сперечатися під час ділових переговорів, якщо так, то як це зробити тактовно?
6. Які Ви знаєте правила ділового етикету?

Вправа 8. Доповніть речення.

Мета: поліпшити вміння добору форм і лексики під час творення усного повідомлення.

Вправа рекомендована до виконання на рубіжному рівні B1 володіння українською мовою як іноземною.

Я працюю ...

Мій керівник ...

Колеги про мою працьовитість відгукуються так ...

Коли я стану власником фірми, то ...

Я хотів би займатися у сфері ..., бо ...

Якщо я спізнююсь на зустріч, то ...

На мою думку, найкращими працівниками можна назвати людей, які ...

Вправа 9. Погляньте на малюнки. Яку професію Ви б обрали? Поясніть переваги і недоліки кожної професії.

Мета: розвивати вміння висловлювати власну думку у граматично зв'язаній формі.

Вправа рекомендована до виконання на середньому рівні B2 володіння українською мовою як іноземною.

1. Фрилансер



2. Маркетолог



3. Бухгалтер



4. Менеджер



Вправа 10. Прочитайте і доповніть діалог.

Мета: розвивати вміння влучного добору фраз у заданій комунікативній ситуації.

Вправа рекомендована до виконання на рубіжному рівні B1 володіння українською мовою як іноземною.

- Доброго дня!
- Доброго дня! У мене призначена співбесіда на 12:00 щодо посади маркетолога.
- Так, прошу, сідайте.
- Чому Ви хочете працювати саме в нашій компанії?
- _____.
- Який у Вас вже є досвід?
- _____.
- Зрозуміло, що робота в кав'ярні «Марципан» не стосується характеру ведення наших справ, але досвід роботи в рекламній агенції має свої переваги. У вас є від них рекомендації? Можна ознайомитися з ними?
- _____.
- Так, схоже, ви добре себе відрекомендували на попередній роботі.
- _____.
- Я працював упродовж двох років.
- _____.
- Я звільнився, бо мені скоротили кількість робочих годин і, відповідно, зарплату.
- Зрозуміло. Дякую, що прийшли. Ми розглянемо Вашу кандидатуру і рішення повідомимо впродовж кількох днів.
- _____.

Вправа 11. Прочитайте діалог, вставте у відповідній формі пропущені слова, які подані в довідці.

Мета: розвивати навички семантичного добору лексики та їхнього граматичного оформлення в тексті.

Вправа рекомендована до виконання на середньому рівні B2 володіння українською мовою як іноземною.

- Чи Ви вже подали звіт кадрового складу (0) персоналу? Чи місце на _____ (1) головного бухгалтера досі вільне?

- Ні, ще не всі дані _____(2). Відділ кадрів ще не _____(3) відомості щодо цієї посади. Можливо, Ви знаєте когось, хто _____(4) себе на посаді головного бухгалтера?
- Так, маю знайомого, який працював головним бухгалтером у _____(5) фірмі. Я зателефоную йому і дізнаюся, чи цікава йому така пропозиція.
- Гаразд, думаю, у нього є більше шансів _____(6) співбесіду, якщо в нього вже є великий _____(7).

Довідка: посада, подати, склад, готовий, пройти, зарекомендувати, дочірний, досвід.

Вправа 12. Доберіть інформацію, потрібну для участі в дискусії на тему «Безробіття і його причини». Ознайомтеся з інформацією на таких сайтах:

1. <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/28179/1/Bezrobittia.pdf>
2. <https://biz.nv.ua/ukr/publications/jak-podolati-bezrobittja-1929843.html>

Мета: полішити вміння відбору потрібної інформації та її відтворення під час усної відповіді.

Вправа рекомендована до виконання на середньому рівні В2 володіння українською мовою як іноземною.

Вправа 13. Перегляньте фільм про підприємців, які досягнули успіху. Проаналізуйте, що для цього потрібно робити. Будьте готові переповісти основний сюжет.

Для прикладу такі фільми: «Джобс» (2013 р.), «Вовк з Уолл-стріт» (2013 р.), «Засновник» (2016 р.).

Мета: розвивати навички сприймання та усного відтворення основної інформації.

Вправа рекомендована до виконання на середньому рівні В2 володіння українською мовою як іноземною.

3.2. Система вправ для письма

Подаємо систему вправ для розвитку навичок письма. Передусім вони засвідчують роль письма як «закріплювача знань». Іноземець має змогу вдосконалити навички графічного відтворення слів та згадати правописні правила, запам'ятати лексичні одиниці, повторити граматичні форми слів, закріпити певні синтаксичні зразки. А на цьому рівні знань – розвивати вміння творення зв'язного тексту у письмовій формі і написання документів, зокрема ділових листів. Подаємо комунікативні та умовно-комунікативні вправи, за кількістю учасників – індивідуальні вправи, які є повністю або частково керованими і можуть мати або не мати додаткових опор.

Вправа 1. Доберіть до дієслів відповідні іменники.

Мета: розвивати навички поєднання відповідних дієслів та іменників.

Вправа рекомендована до виконання на рубіжному рівні B1 володіння українською мовою як іноземною.

0. виконує накази, виготовляє, отримує зарплату – робітник.
1. Керує, віддає накази, підписує договір – _____.
2. Рахує, аналізує, записує у звіт/ звітує – _____.
3. Реєструє відвідувачів, розсилає матеріали до засідань, розпоряджається листами компанії – _____.

Вправа 2. Упізнайте слово.

Мета: поліпшити навички розпізнавання і графічного відтворення слова.

Вправа рекомендована до виконання на середньому рівні B2 володіння українською мовою як іноземною.

0. *дохідо* – дохід.
1. Лсти – _____
2. Удаго – _____
3. Язава – _____
4. Довірго – _____
5. Несзбі-нлап – _____

6. Контктра – _____

Вправа 3. Запишіть асоціації та поясніть їх.

Мета: полішити навички розпізнавання і графічного відтворення слова.

Вправа рекомендована до виконання на рубіжному рівні B1 володіння українською мовою як іноземною.

0. Директор – суворий, працьовитий, великий стіл, кабінет.

1. Маркетинг – _____

2. Банкрутство – _____

3. Секретар – _____

4. Ділова зустріч – _____

5. Бізнес–план – _____

Вправа 4. Із поданих іменників за допомогою суфіксів утворіть прикметники та вкажіть, які зміни відбулися у словах.

Мета: розвивати навички творення слів різних частин мови.

Вправа рекомендована до виконання на середньому рівні B2 володіння українською мовою як іноземною.

0) Дóговір – догові́рний; зміна наголосу.

- | | |
|-----------------------|----------------------------|
| 1) Успіх - _____ | а) зміна наголосу; |
| 2) Прибуток - _____ | б) чергування приголосних; |
| 3) Ринок - _____ | в) нічого не відбулося. |
| 4) Податок - _____ | |
| 5) Фінанси - _____ | |
| 6) Конкурент - _____. | |

Вправа 5. Запишіть, яку міжнародну діяльність, на вашу думку, може здійснювати підприємство «Т. В. Fruit» (соки «Галіція»). Що дає фірмам така діяльність?

Мета: поліпити навички розпізнавання і графічного відтворення слова.

Вправа рекомендована до виконання на середньому рівні B2 володіння українською мовою як іноземною.

Вправа 6. Ви є директором фірми і пишете ділового листа спонсору вашої фірми із проханням збільшити інвестиції у відділ маркетингу для збільшення попиту на продукцію Вашого підприємства. Вкажіть галузь, у якій Ви працюєте і поясніть, чому це вкладення грошей є вигідним для спонсорів.

Мета: розвивати уміння оформлення ділового листа.

Вправа рекомендована до виконання на середньому рівні B2 володіння українською мовою як іноземною.

Вправа 7. Прочитайте рекламне оголошення. Напишіть відповідного листа до компанії «Пройди світ», звертаючись з проханням, щоб Вас взяли на цю посаду.

Мета: поліпшення умінь написання листа.

Вправа рекомендована до виконання на рубіжному рівні B1 володіння українською мовою як іноземною.

Компанія «ПРОЙДИ СВІТ»

Любите подорожувати?

Розмовляєте кількома мовами?

Ми запрошуємо вас на вакансію персонального асистента керівника.

Усі витрати на відрядження оплачує фірма.

Високу зарплату гарантуємо.

Звертайтеся за електронною адресою.

Вправа 8. Погляньте на малюнок, по черзі продовжуйте історію, використовуючи подані слова. Текст розповіді запишіть.

Мета: розвивати навички творення зв'язного тексту у письмовій формі.

Вправа рекомендована до виконання на середньому рівні B2 володіння українською мовою як іноземною.



все почалося з того, насамперед, потім, не тільки .., а й ..., щоб, який, якби, з одного боку, з іншого боку, тому що, відколи, тільки, після того, отже.

Зразок: Сьогодні вранці Олегові не щастило, все почалося з того,

що він проспав і не почув сигналу будильника ...

Вправа 9. Вставте у пропуск такі назви професії: керівник, засновник, спеціаліст, робітник, бухгалтер, адміністратор.

Мета: закріплення лексики, пов'язаної з назвами посад у підприємстві, та її графічна реалізація.

Вправа рекомендована до виконання на рубіжному рівні B1 володіння українською мовою як іноземною.

- 1) _____ віддав наказ підвищити рівень кваліфікації робітників.
- 2) Віталій Григорович, _____ нової торговельної компанії, збільшив дохід у кілька разів.
- 3) _____ підрахував грошові збитки компанії.
- 4) Авторитет головного інженера має велику вагу, та й Русевич дуже досвідчений _____.
- 5) Якщо виявите дефект, знайдіть офісний центр і запитайте там _____.
- 6) _____ – головна виробнича сила.

Вправа 10. Вставте дієслово у правильній формі.

Мета: розвиток навичок відбору слів та їхнє графічне оформлення у тексті.

Вправа рекомендована до виконання на середньому рівні B2 володіння українською мовою як іноземною.

1. Державне підприємство «Антонов» _____ найбільший у світі транспортний літак «Мрія».
2. Компанія «Нафтогаз» кілька років поспіль _____ першу позицію у списку найбільш прибуткових підприємств України за версією Форбс.
3. 50% компаній, що увійшли в список найуспішніших в Україні, _____ свої штаб-квартири у столиці України – Києві. Їхній сукупний виторг _____ більш ніж 760 млрд грн.
4. Придбання європейських підприємств чи будівництво власних _____ нові можливості для збуту товарів від українських виробників.
5. Швейцарська фірма «Нестле» _____ українськими холдингами в таких сферах: кулінарія (ТМ «Торчин»), кава та напої (ТМ «Нескафе»), кондитерські вироби (ТМ «Нестле» та «Світоч»), продукти швидкого

приготування (ТМ «Мівіна»), а також дитяче харчування, корми для домашніх тварин, готові сніданки і морозиво.

Довідка: скласти, відкрити, створити, розмістити, скласти, володіти.

Вправа 11. Поясніть поняття і запишіть до нього асоціації.

Мета: закріплення лексичного значення слів та їхнього правопису.

Вправа рекомендована до виконання на рубіжному рівні В1 володіння українською мовою як іноземною.

Зразок: підприємство – самостійний суб'єкт господарювання, який має права юридичної особи і здійснює свою діяльність з метою отримання прибутку.

асоціації: фірма, керівник, продукція, договір, працівники.

Поняття: оренда, капітал, кредит, борг, власник, маркетинг, спонсор, бізнес-план, проект.

Вправа 12. Прочитайте текст, заповніть пропуски словами з довідки у відповідній формі.

Мета: розвиток уміння відбору лексики до тексту та її правильне графічне оформлення.

Вправа рекомендована до виконання на рубіжному рівні В1 володіння українською мовою як іноземною.

Секрети успіху винахідника і бізнесмена Ілона Маска

«Якщо є змога одночасно робити кілька (0) справ, то їх треба робити» – з таким (1) _____ живе та працює засновник величезної бізнес-імперії, канадець африканського походження Ілон Маск.

Його (2) _____ триває 100 годин, щодня мільярдер працює по 18 годин. «Якщо ви, наприклад, занурились у звіти, то чому ви не можете одночасно (3) _____ на листи, які надійшли вам на електронну пошту?» – каже Маск.

А ще він ніколи не вкладає гроші в (4)_____, бо впевнений: краще зробити щось реально якісне, ніж (5)_____ задалегідь невдалу річ. Електрокари, ракети і навіть звичайна комп'ютерна гра цьому підтвердження. Така (6)_____ дозволила Маску заробити сотні мільйонів доларів.

«Виробляти те, що реально працює на майбутнє», – це другий девіз Ілона Маска. Услід за суперелектрокаром він здійснив, здавалося б, нереальне – запустив у космос до Марса найпотужнішу ракету в світі. На борту – електрокар з манекеном за кермом. Щоб ця ракета полетіла так далеко, компанії Маска працювали (7)_____ рук цілих сім років.

Ракета летить, а її творець працює в офісі, відповідає на електронні листи, (8)_____ збори, між цим відвідує заводи та зустрічається з (9)_____ своїх компаній по всій Америці. А як є вільна хвилина, Ілон Маск (10)_____ свої, здавалося б нереальні, але цілком здійсненні проекти⁸⁷.

Довідка: відповідати, підлеглі, реклама, девіз, економія, не покладати, пропіарити, робочий, планує, проводить.

Вправа 13. Користуючись довідкою, впишіть назву пункту статуту підприємства.

Мета: розвиток навичок роботи з діловими документами, пошуку найважливішої інформації і добору до неї заголовка.

Вправа рекомендована до виконання на середньому рівні В2 володіння українською мовою як іноземною.

0. Статутний капітал підприємства

«Діяльності підприємства забезпечує статутний капітал, внесений засновниками, у розмірі 40 000 (сорок тисяч) гривень 00 коп ...»

⁸⁷ Сайт ТСН [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tsn.ua/video/video-novini/sekreti-uspihu-vinahidnika-i-biznesmena-ilona-maski.html>.

1. _____
«Вищим керівним органом товариства є загальні збори засновників власників. Вони складаються з власників або призначених ними представників...»
2. _____
«Основною метою діяльності підприємства є одержання прибутку, задоволення суспільних потреб в його продукції, роботах, послугах...»
3. _____
«Підприємство самостійно планує основні напрями своєї діяльності і визначає перспективи розвитку, відповідно до попиту на товари, послуги роботи підприємства...»
4. _____
«За рахунок власних коштів підприємство може скеровувати за кордон своїх спеціалістів та працівників для участі в переговорах із виробничих та комерційних питань, у міжнародних виставках, ярмарках, для обміну досвідом і навчання...»
5. _____
«Підприємство є власником набутого ним майна, зокрема такого, що йому передали учасники, продукції та послуг, які виробило підприємство внаслідок господарської діяльності...»
6. _____
«Підприємство самостійно визначає загальну кількість працівників, розпорядок дня, форми і системи оплати праці, порядок надання вихідних та відпусток...»
7. _____
«Збитки, що виникли через діяльність підприємства, відшкодовуються за рахунок резервного фонду, а тоді, коли коштів резервного фонду недостатньо, за рахунок інших коштів підприємства, а за умови нестачі цих коштів – за рахунок реалізації майна підприємства...»
8. _____

«...може відбуватися також шляхом його реорганізації (злиття, приєднання, поділу, перетворення). Під час реорганізації вся сукупність прав і обов'язків підприємства, що реорганізується, переходить до його правонаступників...»⁸⁸

Довідка: предмет діяльності та цілі підприємства, статутний капітал підприємства, управління товариством, фінансово-господарська діяльність, зовнішньо-економічна діяльність, трудові відносини та соціальний розвиток підприємства, порядок розподілу відшкодування товариства, припинення діяльності підприємства.

Вправа 14. Заповніть заяву про прийняття на роботу своєї мрії.

Мета: розвиток навичок написання офіційно-ділових документів.

Вправа рекомендована до виконання на рубіжному рівні В1 володіння українською мовою як іноземною.

⁸⁸ Зразок статуту підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mvk.if.ua/uploads/files/rp120111.pdf>.

Директорові

Приватного підприємства

прізвище, ім'я, по батькові

(посада, прізвище в родовому
відмінку)

ЗАЯВА

Прошу прийняти мене на роботу на посаду _____

До заяви додаю:

- 1) копію диплома;
- 2) копію паспорта;
- 3) _____;
- 4) _____.

Дата написання

Підпис

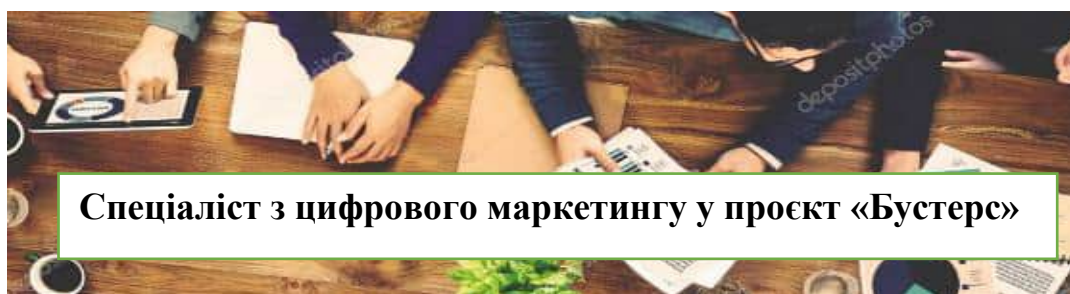
3.3. Вправи для розвитку навичок читання

Тема «Підприємство» найповніше реалізується у виді мовленнєвої діяльності – читання. Найчастіше ми подавали текст в ознайомлювальному режимі читання. Багато вправ залучають інші види мовленнєвої діяльності, зокрема продуктивні – письмо, говоріння. Серед завдань можна виділити такі: вписати слово у відповідній формі, написати заголовок, пояснити значення певних слів чи дібрати до них синоніми. Деякі завдання мають на меті розвинути не лише лексичні вміння, а й граматичні, наприклад, повторити особові форми дієслів, відмінкові закінчення іменників тощо. Більшість вправ мають післятекстових характер, стосуються контролю розуміння змісту тексту.

Вправа 1. Прочитайте резюме на посаду цифрового маркетолога, проаналізуйте його і дайте відповіді на запитання до тексту. Зверніть увагу на структуру резюме (190 слів).

***Мета:** розвинути вміння ознайомлювального читання, вдосконалити вміння аргументувати свою позицію під час усного мовлення.*

Вправа рекомендована для рівня B1, залучає також навички говоріння.



Спеціаліст з цифрового маркетингу у проєкт «Бустерс»

Що робити?

- Шукати нові підходи для просування продуктів, тестувати нові канали й ідеї.
- Створювати нові креативні концепції.
- Запускати креативи в рекламних кабінетах (Фейсбук, Гугл Едс,

Снапчат).

- Аналізувати результати роботи рекламних кампаній із застосуванням різних інструментів (Епсфлаер).
- Аналізувати результати, формувати нові способи вдосконалення сайту.

Що потрібно?

- Один-два роки досвіду у сфері маркетингу або аналітики.
- Хороші аналітичні здібності для роботи з даними, цифрами.
- Креативність – вміння швидко і якісно створювати нові маркетингові ідеї.
- Уміння приймати креативні рішення на основі аналітичних висновків.

Буде перевагою:

- Досвід роботи маркетологом для мобільних додатків.
- Навички роботи в графічних додатках, зокрема у фотошопі.

Які умови?

- Офіс поряд зі станцією метро Лук'янівка. Має терасу, відпочинкову зону, кухню, гральну приставку.
- 20 днів на рік оплачуваної відпустки і зручний робочий графік.
- Сніданки, обіди, безмежна кількість фруктів, снєків, смузі та йогуртів в офісі.
- Корпоративний лікар і медичне страхування.
- Безкоштовні тренування з бігу, футболу, баскетболу, волейболу і йоги. Знижки в спортзали й оплата участі у спортивних змаганнях.
- Школа бізнесу і менеджменту для співробітників компанії. Велика електронна бібліотека й доступ до платних онлайн-курсів і конференцій та курсів англійської мови. Компенсація додаткового навчання на зовнішніх тренінгах і семінарах.
- Гучні корпоративи.

Куди писати?

– Якщо зацікавились, пишiть на електронну пошту ⁸⁹.

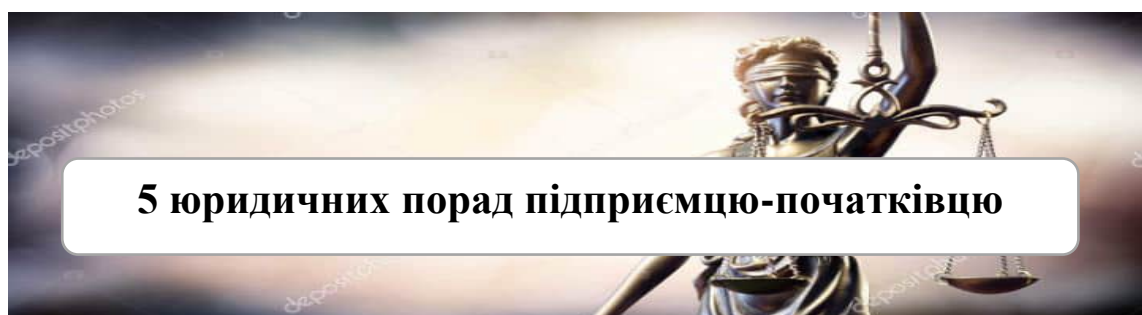
Запитання:

- Які переваги цієї вакансії?
- Вкажіть на можливі недоліки такої роботи.
- Яку структуру повинне мати резюме?
- Що б Ви написали, якби зацікавилися такою роботою?
- Як, на Вашу думку, найкраще написати резюме?

Вправа 2. Прочитайте текст про юридичні поради під час створення підприємства. Знайдіть головну інформацію в кожному абзаці і дайте йому назву (160 слів).

Мета: розвинути вміння визначати, де є головна й другорядна інформація, узагальнювати її і фіксувати в письмовій формі.

Вправа рекомендована до виконання студентам, які мають середній рівень володіння мовою, містить притекстові вправи.



5 юридичних порад підприємцю-початківцю

1. _____

Якщо спільну діяльність з партнерами відразу зафіксувати письмово, то Ви точно позбудетесь великої частини юридичних ризиків, які можуть виникнути під час конфлікту з ними.

⁸⁹ Український бізнесмен [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://t.me/cresume>.

2. _____

Під час розвитку власного бренду краще відразу реєструвати торгову марку. Бізнесу, який має власний веб-сайт або пов'язаний з інтернетторгівлею, варто особливу увагу приділити доменним іменам веб-сайтів.

3. _____

Детально обговоріть з юристами договір оренди вашого офісу або іншого приміщення, яке Ви орендуєте для свого бізнесу. Договір оренди, який не захищатиме Ваші інтереси як орендаря, на жаль, надто часто блокує розвиток бізнесу, а інколи здатен зупинити його діяльність на певний час.

4. _____

Інформація про Ваших клієнтів, постачальників, Ваші плани й цілі має бути захищеною від конкурентів. Для забезпечення надійного захисту варто уникати співпраці з будь-ким без укладення договору про нерозголошення конфіденційної інформації і вживати заходів з інформаційної безпеки.

5. _____

Не купуйте товарів або послуг у неперевірених постачальників. Так само не треба продавати товари чи надавати послуги неперевіреним клієнтам. Не нехуйте юридичними перевітками своїх партнерів щодо їхньої платоспроможності, а також судових проваджень⁹⁰.

Вправа 3. Прочитайте цікаві факти, зверніть увагу на підкреслені слова, поставте наголос і поясніть їхнє значення (80 слів).

Мета: сформувати навичку розуміння значення з контексту, формувати власне визначення.

⁹⁰ Український бізнесмен [Електр. ресурс]. – Режим доступу : https://t.me/ukr_businessman.

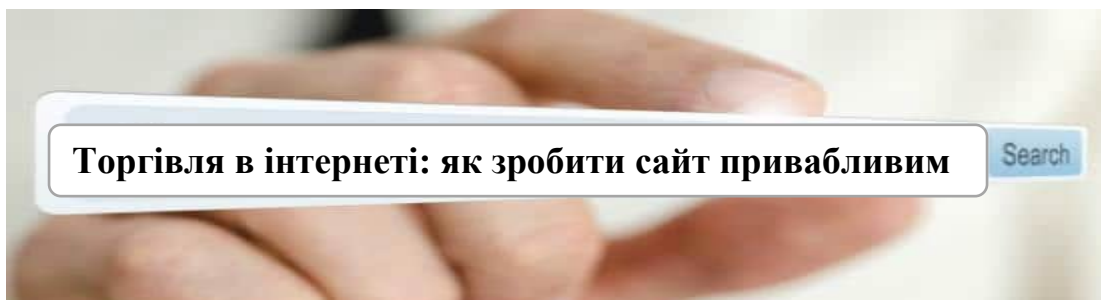
Вправа створена для студентів рубіжного рівня, містить післятекстові завдання й розвиває мовлення.

- 1) Три найдорожчі назви торговельних марок на землі – це Marlboro, Coca-Cola і Budweiser.
- 2) Кава – це другий найбільший за обігом товар у міжнародній торгівлі. На першому місці – бензин.
- 3) Найпродуктивніший день робочого тижня – вівторок.
- 4) Випуски *The New York Times* за тиждень містять більше інформації, ніж людина XVIII століття отримувала за все життя.
- 5) Радіо набрало 50 мільйонів користувачів за 38 років, телебачення – за 14 років, інтернет – за 4 роки. Facebook – за кілька тижнів⁹¹.

Вправа 4. Прочитайте текст про торгівлю в інтернеті, зверніть увагу на словосполучення, пов'язані з торгівлею, чи вживають їх з прийменниками, у якому відмінку вони вжиті (200 слів).

***Мета:** розвинути навички пошукового читання.*

Вправа створена для студентів з рівнем володіння B2, має екстенсивний характер і післятекстову вправу.



Контактна інформація. На сайті має бути розміщена контактна інформація у найбільш помітному місці. Переконайтеся, щоб дані про компанію, графік роботи і Ваші контакти були актуальними.

Характеристики товару. Варто пам'ятати, що, крім фотографії товару, на сайті має бути детальна інформація про нього. Точна назва товару і відповідний опис – додаткова перевага на користь здобуття довіри й

⁹¹ Несподівані факти зі світу бізнесу [Електр. ресурс]. – Режим доступу : <https://learn.ztu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=46771>.

прийняття рішення про покупку.

Грамотний і простий стиль викладу. Подавайте інформацію про Ваш товар просто і зрозуміло. Значну роль відіграє те, як користувач сприймає цю інформацію.

Умови доставки й повернення товару. Чудово, коли потенційний покупець може знайти на сайті всю потрібну інформацію про можливі способи оплати й доставки. Для цього Вам треба максимально докладно описати способи оплати, які ви приймаєте, як покупець може отримати товар і Ваші умови повернення.

Фото й відео. Зйомка фото свого товару потребує витрат, але це має значний вплив на покупця. Красива візуалізація дасть змогу користувачеві швидше знайти товар, який йому сподобається.

Категорії. Важливо розподілити товари за категоріями, а найпопулярніші продукти найкраще розмістити на головній сторінці.

Пошук. Не варто забувати і про пошук на сайті: 10% користувачів користуються ним. Пошук потрібно розташувати на видному місці, він має правильно функціонувати, для того щоб відвідувачі могли швидко і без зусиль знайти товар, який їх цікавить⁹².

1.1. Розподіліть словосполучення у відповідну колонку і за потреби вставте прийменник. Визначте відмінки іменників.

Довідка: розміщувати сторінці, способи оплати, отримати товар, пошук сайті, графік роботи, інформація товар, контактна інформація, умови повернення, торгівля Інтернеті.

Словосполучення з прийменником	Словосполучення без прийменника

⁹² Український бізнесмен [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://t.me/ukr_businessman.

Вправа 5. Чи часто Ви чуєте в рекламі слова «тільки зараз», «обмежена пропозиція»? Які ще Вам відомі способи залучення покупця? Прочитайте рекламні тексти й з'єднайте їх з відповідною маркетинговою стратегією (190 слів).

***Мета:** сформувати навички ознайомлювального читання, виокремлення основної інформації.*

Вправа створена для студентів рівня B1-B2, має передтекстове й післятекстове завдання.

З 12 травня в магазині «Три тополі» розпочнеться розпродаж тканин й необхідних аксесуарів. Поспішайте, пропозиція обмежена.

а)

Книжковий магазин пропонує всім зацікавленим особам видання «Африканських казок». Це чудова книга, яка стане справжньою перлиною будь-якої бібліотеки. Поспішайте, видання продається зі знижкою тільки в святкові дні.

б)

Купуйте в «Ельдорадо» будь-яку електричну техніку за найнижчими цінами! Якщо Ви знайдете дешевше, ми Вам повернемо гроші.

в)

Заходьте сьогодні в кав'ярню «Горнятко»! Кожному, хто придбає горнятко кави, – солодкий подарунок. Ми на Вас чекаємо!

г)

1) Термін пропозиції обмежений

Якщо у Вас є якась вигідна пропозиція, то мотивацією до дії може стати обмежений термін дії цієї пропозиції. Завдяки цьому покупець стає рішучим до ідеї придбання продукту або послуги, тому що розуміє, що ця пропозиція не вічна.

2) Кількість товарів обмежена

Цей спосіб схожий на попередній. Його суть зводиться до того, що компанія пропонує на ринку обмежену кількість товарів.

3) Безкоштовні подарунки

Ще один цікавий заклик до дії – безкоштовні подарунки певній кількості покупців продукту. Такий хід вже дуже давно використовує велика кількість компаній.

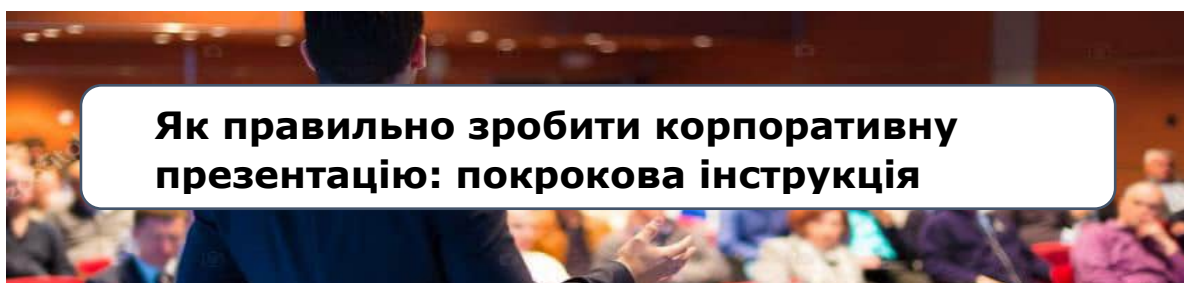
4) Наголосити на безпеці споживача

Можна переконувати клієнтів у безпеці покупки у Вас. Зазвичай цього можна досягнути обіцянкою про повернення грошей упродовж 30 днів⁹³.

Вправа 6. Прочитайте правила оформлення кооперативної презентації. Спростуйте або підтвердьте твердження, які стосуються змісту тексту (200 слів).

Мета: формування навичок вивчального читання.

Вправа створена для студентів рівня В1-В2, має післятекстове завдання.



1. Титульний. Перший слайд має відрекомендувати Вас, зокрема Вашу

⁹³ Український бізнесмен [Електр. ресурс]. – Режим доступу : https://t.me/ukr_businessman.

компанію, Ваше ім'я й посаду, а також контакти.

2. Проблема. Мета другого слайду полягає в описі основної проблеми клієнта, яку Ви обіцяєте вирішити. Зосереджуйте увагу на тому, що Ви насправді можете вирішити.

3. Значення проблеми. Третій слайд доводить, що проблема важлива. Потрібно показати її в усьому масштабі.

4. Рішення. Четвертий слайд має вселити надію в налякані очі клієнта, адже пропонує рішення. Такий слайд має бути коротким, без детального опису технічних подробиць.

5. Вартість. П'ятий слайд повинен переконати аудиторію, що запропоноване Вами рішення вартує тих грошей. Поясніть клієнтові, за що він Вам заплатить.

6. Історії успіху. На шостому слайді доречно інформація про Ваших клієнтів, яким Ви допомогли назавжди вирішити цю проблему.

7. Технологія. Сьомий слайду має зосередити увагу на унікальності саме Вашої компанії.

8. Демонстрація. Восьмий слайд хороший для фото. Покажіть те, що Ви пропонуєте. Якщо такої можливості немає, вставте у презентацію відеозапис.

9. Підсумуйте вигоди. Дев'ятий слайд підготує клієнта до того, щоб зважити вигоду від співпраці з Вами. Тут важливо зосередити увагу на розрахунках економії або додаткових продажів.

10. Запрошення до наступного кроку. Чому б не призначити час і місце для наступної зустрічі, на якій, можливо, Вам скажуть остаточне рішення клієнта?⁹⁴

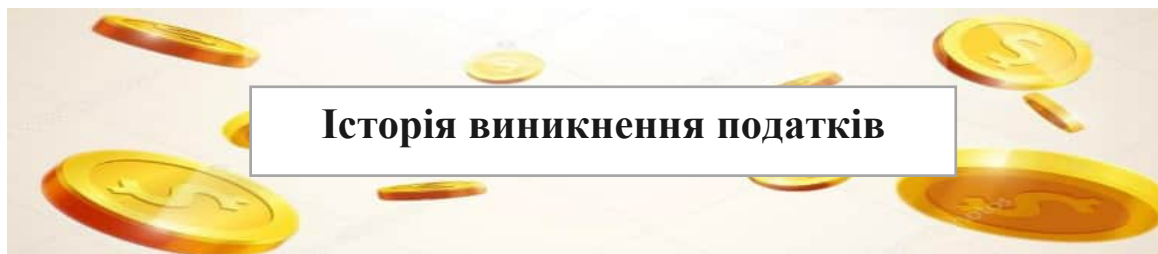
⁹⁴ Український бізнесмен [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://t.me/ukr_businessman.

Твердження	Так	Ні
Щоб зацікавити клієнта, потрібно визначити проблему і спосіб її вирішення завдяки послугам Вашої компанії.		
Під час презентації краще уникати фінансових питань.		
Щоб не гаяти даремно часу, не варто згадувати приклади своїх попередніх клієнтів.		
Мета першого слайду – описати загалом ринок бізнесу.		
Основа презентації – пояснення унікальної пропозиції саме Вашої компанії.		
Після опису особливостей Вашої компанії потрібно підтвердити сказане за допомогою відео чи фото.		
Щоб клієнт краще зрозумів, детально опишіть специфіку Ваших послуг.		
Не можна тиснути на клієнта. Коли прийме рішення – тоді сам зв'яжеться.		
Варто наголошувати на вигоді від Вашої співпраці.		
Ці поради можна застосовувати для будь-якої презентації.		

Вправа 7. Поміркуйте, хто платить податки і з якою метою. Прочитайте текст про впровадження податкової системи. Підкресліть зайве слово у рядках слів (250 слів).

Мета: створити навички ознайомлювального читання, розуміння значення лексем відповідно до контексту і засвоєння граматичних структур.

Вправа розрахована на студента середнього рівня володіння мовою, забезпечує підготовку до сприйняття тексту і перевірку розуміння засвоєних слів, пов'язаних з темою «Підприємство».



Система оподаткування з'явилася з виникненням найпростішої державної моделі. Першими джерелами податків були оподатковувані основні цінності: земля, худоба, раби. І самі податки були «прямими», справлялися безпосередньо з громадян, що одержують прибуток від майна.

Прикладом організованої податкової системи була податкова система Римської імперії. Такі поняття, як «ценз», «акциз», «фіскал», «відкупник» сформувалися ще в ті часи. Доки Рим був містом-державою, його податкова система була простою. У мирний час податків не збирали зовсім, а витрати покривала оренда громадських земель. Державний апарат утримував себе сам. У воєнний час (який тривав майже постійно) громадян Риму обкладали податками відповідно до їхнього статку, для чого вони раз у п'ять років подавали обраним чиновникам-цензорам звіти про свій майновий і родинний стан (ці документи цілком можна розглядати як найпростіші зразки сучасних податкових декларацій).

Із перетворенням Римської держави на імперію ускладнювалася й податкова система. На завойованих землях запроваджували місцеві податки й повинності. Найбільший спротив оподаткуванню чинили жителі підкорених земель, тож як покарання їх обкладали ще більшим податком.

У Візантійській імперії справляли вже 21 різновид тільки прямих податків, а також інші непрямі. І цей податковий тягар призвів, як відомо, не до процвітання, а до ослаблення держави.

З розвитком поділу праці і розвитком міст податкова система значно «збагатилася». На етапі середньовіччя виникли податки на виробництво (або промислові податки), на всі види діяльності, крім сільськогосподарської (земельний податок стягували окремо). У торгівлі поширювали також митні збори й непрямі податки. До податкової бази потрапив абсурдно широкий спектр об'єктів, аж до безглуздих: від штрафу за перевищення будинком установлених розмірів (відомий «податок на повітря») – до так званого «подимного податку»⁹⁵.

2. Підкресліть зайве слово.

1. Прямий – непрямий – промисловий – опосередкований
2. Відступник – цензор – орендатор – чиновник
3. Земля – основні цінності – худоба – майно
4. Ценз – акциз – відступник – податок
5. Обладнати – виробництво – збагатитися – стягувати

Вправа 8. Поміркуйте, що означає успіх і як його досягнути. Прочитайте думки й поради людей, які змогли побудувати вдалий бізнес. Заповніть пропуски гаслом, яке відповідає словам мільйонерів (200 слів).

Мета: розвинути пошукове читання і навички письмового підсумку інформації.

Вправа розрахована для студентів з рівнем володіння українською мовою В1, містить передтекстове й післятекстове завдання, актуалізує навички письма.

Бізнес-поради від мільйонерів



Річард Бренсон:

⁹⁵ Сайт Податки [Електр. ресурс]. – Режим доступу : <https://sites.google.com/site/podatkiistoriaviniqnenna/>.

“Кількість часу, який люди витрачають на те, щоб шкодувати про помилки замість того, щоб вкласти свою енергію в інший проєкт, завжди мене вражала. Що б я не робив в бізнесі, я завжди отримую від цього задоволення. Адже невдачі – це не є негативним досвідом, а лише уроком, який потрібно засвоїти”.

Ерік Шмідт:

“Знайдіть спосіб сказати чомусь “так”. Скажіть “так” у відповідь на запрошення в нову країну, скажіть “так” знайомству з новими людьми, скажіть “так” вивченню чогось нового. “Так” – це те, завдяки чому ви отримали свою першу роботу, отримаєте наступну, одружитесь й навіть народите дітей”.



Стів Джобс:

“Ми завжди говоримо, що потрібно йти за покликом серця, але всі ми є частинкою історії.

Коли ти залишиш для історії щось, що буде допомагати іншим через 20, 30, 40 років, тоді про тебе скажуть, що ти був не просто людиною, яка йшла за покликом серця, а особистістю, яка прагнула зробити щось корисне для інших”⁹⁶.

Довідка: *«Ідіть не за покликом серця, а за чимось більш важливим, ніж ви», «Частіше говоріть "Так"», «Тренуйте стриманість і самовладання», «Ніколи не шкодуйте про зроблене, візьміться за щось нове».*



⁹⁶ Український бізнесмен [Електр. ресурс]. – Режим доступу : https://t.me/ukr_businessman.

Вправа 9. Подумайте, що може спричинити кризу. Прочитайте текст про один із чинників виникнення кризи й дайте відповіді на запитання (90 слів).

Мета: розвинути навички екстенсивного читання і вміння висловлювати свою думку.

Вправа створена для студентів з рівнем володіння мовою B2, містить передтекстове й післятекстове завдання, актуалізує навички говоріння.

З початку 2020 через пандемію європейські компанії втратили понад 100 мільярдів доларів. Про це свідчать підрахунки Дова Джонса. Найбільше постраждали компанії енергетичного сектора, автовиробники й представники модної індустрії. Натомість прибутковою стала криза для продуктових ритейлерів і фармацевтичних компаній.

Відповідно до оцінки Дова Джонса, яка ґрунтується на звітності європейських компаній за фінансові квартали, які припали на період з січня до кінця травня 2020 року: за цей період вони втратили близько 102,66 мільярдів доларів прибутку. А прибуток компаній, чий попит, навпаки, підвищився, становить 23,87 мільярдів доларів⁹⁷.

Дайте відповіді на запитання:

- *Що спричинило падіння ринку?*
- *Які сфери є у вигаши і чому?*
- *Які способи можуть допомогти оминути збитки?*
- *Як можна вберегти економіку від подальшої кризи?*
- *Яку політику повинна здійснювати держава, щоб втримати мале і середнє підприємство «на плаву»?*
- *Що таке «обвал цін»?*

Вправа 10. Прочитайте діалог (200 слів).

Мета: розвиток вивчального читання в контексті реальної комунікації.

⁹⁷ Сайт Економічна правда [Електр. ресурс]. – Режим доступу : <https://www.epravda.com.ua/news/2020/07/12/662860/>.

Вправа сформована для студентів рівня В1, має передтекстові й післятекстові завдання, розвиває мовленнєву компетенцію.

- ***Опишіть, як зазвичай відбуваються переговори.***
- ***Які умови переговорів є незмінними?***

Директор закордонного філіалу української компанії «Престиж» Назар Мількович отримав дані з головного офісу щодо обсягу продажу продукції, запланованого для його відділу. Він вважає, що цей план є неможливим для виконання, тому зателефонував Олександрю Солодяку, завідувачеві відділу логістики.

Мількович: Добрий день.

Солодяк: Добрий день, пане Назаре. У чому річ?

Мількович: Телефоную щодо бізнес-плану. Я вважаю, для мого філіалу його здійснити неможливо.

Солодяк: Ми створили план-продаж на основі звітів з минулого року.

Мількович: Так, але ви не врахували, що минулого року виграли тендер на замовлення, яке становить 20% наших прибутків.

Солодяк: Вашим завданням є збільшити або хоча б втримати розмір прибутків. Аналіз ринку будівництва демонструє підвищення попиту.

Мількович: Разом із попитом збільшиться й конкуренція.

Солодяк: Тоді шукайте нових замовників, можна залучити інші країни.

Мількович: Мої працівники працюють в повну зміну, а інколи понаднормово. Залучення замовників з іншої країни вимагає найняти нових працівників. Як мінімум двох. Ви готові забезпечити оплату новим працівникам?

Солодяк: Лише для одного. Якщо це допоможе збільшити продуктивність, тоді домовимося й про оплату другому працівнику.

Мількович: Якщо ви не хочете змінювати бізнес-план, виділіть кошти на дві повні ставки.

Солодяк: План уже затвердили керівники, тому його змінити не можна. Щодо збільшення трудових ресурсів, я обговорю це питання і домовлюся з відділом кадрів.

Мількович: Чекайму на Вашу відповідь. До побачення.

Солодяк: До зустрічі.

Запитання:

- *У чому проблема?*
- *Яким способом вирішили проблему?*
- *Запропонуйте свій спосіб.*
- *Чи пішов хтось із учасників бесіди на поступки?*

Вправа 11. Дайте відповіді на запитання, після чого прочитайте опис підприємств і поясніть, у яке Ви б вклали інвестиції, а в яке ні (200 слів).

Мета: сформувати у студентів навички критичного читання, уміння аргументувати свою позицію.

Вправа спрямована на студентів з рівнем В2, містить передтекстові й післятекстові завдання, розвиває мовленнєву компетенцію.

- *Що таке ризик у підприємстві?*
- *Як Ви думаєте, чи часто підприємство має ризикувати?*
- *Запропонуйте відомі Вам способи аналізу ризику.*

1. Папір з каменю від ТВМ Со. Японський бізнесмен Нобуїоші Ямасаки заснував компанію ТВМ Со, яка виробляє сухий безцелюлозний папір з каменю. Він побудував своє виробництво паперу з вапняку – гірської породи, яка є майже невичерпною. За словами бізнесмена, у такий спосіб його компанія пропонує альтернативу, яка допоможе зберегти ліс та воду на планеті.

2. Новий метод керування фотосинтезом. Вчені з Іллінойського університету розробляють метод, який дасть змогу уникнути голоду в 2050 році й нагодувати увесь світ. Змінивши фотосинтез у тканинах

рослин і ґрунті, їм вдалося отримати більше врожаю з використанням меншої кількості води й добрив. Головна мета проєкту – підвищення урожайності харчових культур, які є джерелом білка для бідних країн, як от маніоків і гороху.

3. Нетипові хатні тваринки. Алекс Ендон закінчив факультет морської біології в Університеті Дьюка. Тепер він живе у Сан-Франциско й розвиває стартап «Мистецтво медуз», продаючи медуз як домашніх улюбленців. Вартість медузи – \$39. На сайті можна купити акваріум, їжу для медуз й інші предмети, потрібні для догляду.

4. Подушки для релаксації. Домогосподарка Кім Левінь вигадала цікаву подушку для релаксації. Потрібно лише зашити зерна у тканину і розігріти у мікрохвильовці. Спочатку вона хотіла тішити ними лише своїх дітей і родичів, але, коли друзі й знайомі просили додаткові подушки, вона зрозуміла користь від свого проєкту⁹⁸.

Вправа 12. Чи використовуєте Ви різні слова під час спілкування з друзями і під час ділової розмови? Прочитайте про особливості офіційно-ділового стилю і виконайте завдання (60 слів).

***Мета:** навчити студентів відрізняти офіційно-діловий стиль від інших в контексті вивчального читання.*

Вправа створена для студентів середнього рівня володіння, забезпечує підготовку до сприйняття тексту і перевіряє розуміння тексту.

Офіційно-діловий стиль історично застосовували у документах доби Київської Русі й адміністрації Великого князівства Литовського, гетьманських канцелярій, юридичних актах міських урядів (XV–XVII ст.).

Цей стиль використовують у сферах ділових (місцевого, галузевого, державного діловодства), юридично-правових, виробничо-економічних і дипломатичних відносин.

⁹⁸ Український бізнесмен [Електр. ресурс]. – Режим доступу : https://t.me/ukr_businessman.

Основне завдання офіційно-ділового стилю – регулювати ділові відносини мовців у державно-правовій і суспільно-виробничій сферах, обслуговувати громадянські потреби людей у типових ситуаціях⁹⁹.

Завдання 1. Оберіть з переліку риси, які, на Вашу думку, притаманні офіційно-діловому стилю.

- 1) Нейтральний стиль мовлення;
- 2) Висловлення власної думки щодо вказаної інформації;
- 3) Використання слів лише у прямому значенні;
- 4) Використання термінів, діалектів, розмовних слів;
- 5) Використанням форм слів літературної мови;
- 6) Відсутня певна логічна послідовність тексту: вітання, ініціали, подяка.
- 7) Чітка структура тексту, подекуди з пунктами, параграфами.

Завдання 2. Перевірте Ваші відповіді з переліченими нижче рисами, притаманними для ділового спілкування.

Найважливіші риси офіційно-ділового стилю

1.	Точність, послідовність і лаконічність викладу фактів.
2.	Однозначність слів.
3.	Несуперечлива аргументація даних у документі.
4.	Відсутність емоційності й індивідуальних авторських рис.
5.	Стандартизація ділових текстів – використання стандартних форм (привітання, прощання).
6.	Використання залежно від мети суспільно-політичної, професійно-виробничої, науково-термінологічної лексики.
7.	Наявність реквізитів, без яких документ не має юридичної сили (дата і підпис).

⁹⁹ Сайт Київського міського центру перепідготовки й підвищення кваліфікації [Електр. ресурс]. – Режим доступу : http://cpk.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=552.

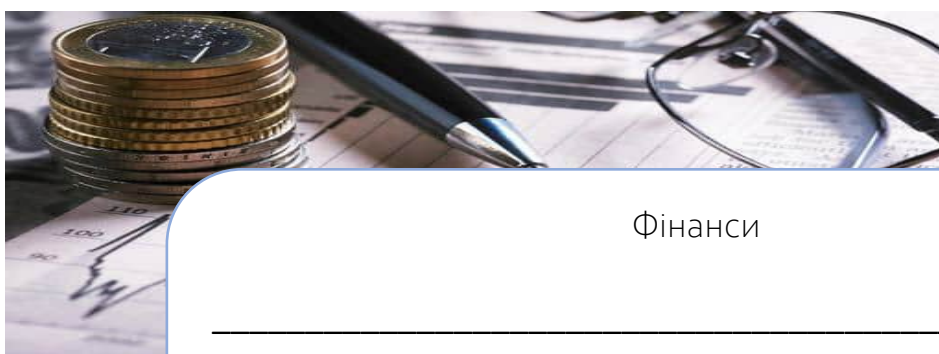
- | | |
|----|--|
| 8. | Діловий текст може поділятися на розділи – 1, на параграфи (§) – 1.1., пункти – 1.1.1., підпункти – 1.1.1.1. |
|----|--|

Вправа 13. Виконайте завдання.

Мета: розвинути навички ознайомлювального читання у контексті теми «Підприємство».

Вправа створена для студентів рівня В2, лексичне завдання готує студентів до сприймання тексту, ознайомлює з фінансовою лексикою.

Завдання 1. Запишіть відомі Вам слова, пов'язані з фінансами.



Фінанси

Завдання 2. Ознайомтеся з одним із понять фінансів – точкою беззбитковості (200 слів).

Точка беззбитковості (ТБЗ) – це такий обсяг виробництва й продажу, коли змінні й постійні витрати можна компенсувати доходами. Доходи дорівнюють витратам, тобто немає ні прибутку, ні збитків.

ТБЗ – це індикатор, нижче від якого компанія не повинна опускатися, бо це призведе до збитків і заборгованості.

Є багато способів розрахувати ТБЗ, ось найпростіша формула:

$$\begin{aligned} & \text{ТБЗ} \\ & = \\ & \text{сума постійних витрат / маржинальний} \\ & \text{прибуток з одиниці} \end{aligned}$$

Для того, щоб це порахувати, – не потрібно мати економічну освіту. Пояснимо поняття "сума постійних витрат" і "маржинальний прибуток з одиниці".

Скажімо, ми виробляємо столи. На виробництво одного стола витрачають 2 метри дерева, на 10 столів – 20 м, на 20 столів – 40 м. Це змінні витрати, які змінюються пропорційно до обсягів виробництва: більше одиниць продукції – більше витрат.

Але не всі витрати змінюються пропорційно до обсягів продукції. Наприклад, ми платимо за охорону приміщень, де виробляють столи. Незалежно від кількості одиниць, витрати на охорону не змінюються. Це **постійні витрати**.

За допомогою ціни одиниці і змінних витрат ми сформуємо так звану маржинальну собівартість. А сума постійних витрат – це потенційний збиток. Якщо ми не виробимо й не продаємо жодної одиниці, постійні витрати все одно залишаться.

Маржинальний прибуток з одиниці – це та дельта, яку приносить кожна одиниця. Формула виглядає ось так¹⁰⁰:

$$\begin{aligned} & \text{Маржинальний прибуток з одиниці} \\ & = \\ & \text{ціна одиниці продукції – змінні витрати} \end{aligned}$$

Вправа 14. Прочитайте діалог. Випишіть слова, які означають ресурси підприємства. Запишіть коротке пояснення до слів (280 слів).

***Мета:** сформувати навички читання, підготувати студентів до реальної комунікації.*

¹⁰⁰ Сайт Економічна правда [Електр. ресурс]. – Режим доступу : <https://www.epravda.com.ua/publications/2020/07/4/662556/>.

Вправа спрямована на студентів рівня володіння В1, містить післятекстові завдання, пов'язані з говорінням.

- Привіт, Наталю.
 - Привіт, Андрію. Ти сьогодні виглядаєш втомленим.
 - Так, Олег Петрович попросив зробити каву, бо його секретарка захворіла.
 - Андрію, це ж не складно! На кухні є кавоварка, а в шафці банка кави.
 - Так, я знаю. Помітив їх. Але саме, коли я прийшов, то скінчилася кава.
 - Так? Точно, сьогодні ж на перемовини приходили керівники інших відділів.
 - Тому довелося бігти в магазин. Але в мене були ключі від всього офісу, а відповідно до правил, виходити з ними я не міг. Можливо, ти знаєш Ольгу, менеджерку з нижнього поверху?
 - Ту, в чий кабінет ми заходимо на нараду?
 - Ні, хоча і в її кабінеті ми колись були. У неї є велика картина, за якою схований таємний сейф, про який уже всі давно знають.
 - А, це я до неї ще ходила по обладнання – домовлятися про інвентар: канцелярські предмети, меблі, посуд для кухні.
 - Так. Але її не було на місці. .. Я стукав в усі кабінети.
 - Ого, то ти набігався. А чому не попросив когось іншого сходити по каву?
 - Ех, зараз не про це! Я знайшов Ольгу й таки купив каву. Засипав, увімкнув, а з неї раптом почала бризкати кава! Забризкала увесь кухонний стіл, стіл секретарки, документи на ньому. Тоді вимкнув з розетки машинку кави, знову побіг на поверх вище, у них нарешті заварив каву. Уже ніс до кабінету Олега Петровича, як мені прийшло повідомлення.
- Олег Петрович: «Ви щось забарилися. Зробіть, будь ласка, чорний чай».*
- Що?

- Я аж застиг! Не помітив, як хтось переді мною відчинив двері, і я розлив каву на нову сорочку! Довелося ще йти в підсобку, щоб витерти підлогу.
- Ой лишенько! А чай хоча б зробив спокійно?
- На щастя, так. Зачекай, знову повідомлення прийшло.
Олег Петрович: «Андрію, принесіть моєму гостю кави».
- Що?! Ненавиджу каву... .

3.4. Особливості роботи з аудіотекстами

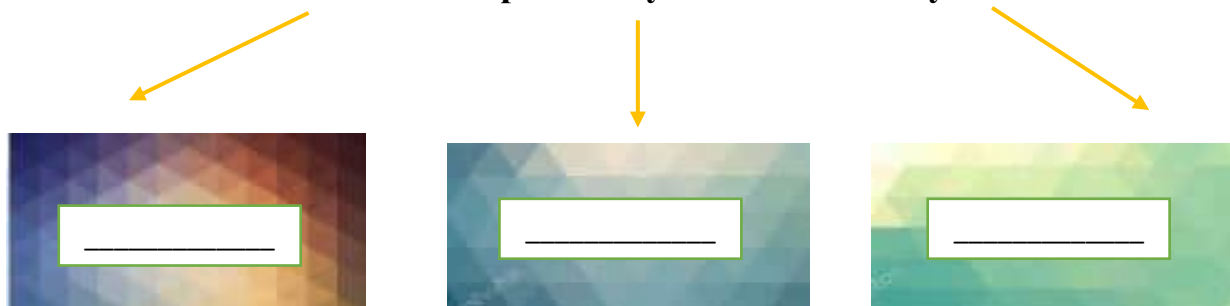
Подаємо систему вправ для розвитку аудіювання на основі теми «Підприємство» відповідно до рівня знань B1–B2. Основою для таких вправ стали відео, аудіофайли, аудіокниги, фільми, подкасти. Основна мета усіх вправ – виробити в студентів-іноземців аудитивні вміння, які забезпечать сприйняття неадаптованих текстів передусім офіційно-ділового стилю, розуміння тексту, можливість висловити своє ставлення до почутого. Аудіювання постає як стимул для розвитку інших видів мовленнєвої діяльності, зокрема говоріння і письма. Для полегшення сприйняття аудіотексту у вправах містяться окремі завдання, які студент виконує перед слуханням.

Вправа 1. Поміркуйте, що для Вас означає успіх. Подивіться відео і запишіть заголовок, який відповідає опису категорій, про які йшлося у відео, і зазначеному прислів'ю¹⁰¹ (Аудіотекст 01; 2:45 хв).

Мета: сформувати вміння виділяти основну інформацію в аудіоповідомленні, ознайомити з фразеологічним різноманіттям мови.

Вправа рекомендована для виконання на рівні B1, містить завдання, що виконують перед слуханням і після слухання.

3 складові рецепти успішного бізнесу



¹⁰¹ Сайт SPE [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.youtube.com/watch?v=B2MASdvWCwI&ab_channel=%D0%A0%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D0%9A%D1%83%D1%88%D0%BD%D1%96%D1%80-%D0%A8%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%BA%D1%83SPE

Займайтеся
справою, яка вам до
вподоби. Лиш тоді
можна очікувати на
хороші результати.

*Коли є до чого
жагота, то кипить
в руках робота.*

Велика конкуренція
на частку
малозабезпечених
покупців.

*Де два українці –
три гетьмани.*

Розрахунки доходів,
витрат, розробка
детального бізнес-
плану.

*Сім раз відмір – один
відріж.*

Вправа 2. Чи часто Вам доводилося стикатися з ситуацією, коли співбесіда йде не так, як запланували? Перегляньте відео співбесіди й дайте відповіді на запитання щодо того, як пройшла співбесіда Чендлера¹⁰² (Аудіотекст 02; 1:40 хв).

***Мета:** сформувати навички пошуку інформації в аудіо й усно аргументувати власну позицію, розвинути розуміння валентності слів.*

Вправа рекомендована для студентів з рівнем володіння В1, містить завдання, які готують студентів до сприйняття і перевіряють розуміння аудіотексту; розвиває навички говоріння, актуалізує лексику.

1.1. Дайте відповіді на запитання:

- *Про що відео?*
- *Чи була співбесіда вдалою?*
- *Що пішло не так?*
- *Чи справді на співбесіді люди видають себе за інших?*

1.2. З'єднайте словосполучення.

1. очолити	а) відповідь
2. остаточна	б) роботи
3. маса	в) підрозділ
4. бракувати	г) деталі

¹⁰² Серіал Друзі [Електр. ресурс]. – Режим доступу : <https://uaserials.pro/157-druzi-sezon-8.html>.

5. заглибитися у

д) обов'язків

1.3. Відповідно до контексту у відео поясніть сполуки.

1. Сипати жартами;

2. Ключути на обов'язки.



Вправа 3. Перегляньте відео і зразок договору. Впишіть назви частин договору (договір банківського вкладу)¹⁰³, які Ви почуєте у відео (Аудіотекст 03; 2:20 хв).

Мета: сприяти розвитку уваги й аудитивної пам'яті, навичок пошукового читання.

Вправа створена для студентів із середнім рівнем володіння мовою, передбачає залучення іншого виду мовленнєвої діяльності – читання.

1. _____

Договір банківського вкладу

2. _____

СТОРОНА 2. Юридична особа за законодавством України – ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «УКРГАЗВИДОБУВАННЯ, яка є платником податку на прибуток на загальних підставах, надалі

¹⁰³ Зразок документа [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.google.com/imgres?imgurl=http://blog.img.pravda.com/images/doc/0/e/0e119-bank1.jpg&imgrefurl=https://blogs.pravda.com.ua/authors/leschenko/569e4529ada04/&tbnid=QM5xU-cmzHEbyM&vet=1&docid=GQMiltJGTtOmtM&w=511&h=751&itg=1&q=%D0%B7%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%BA+%D0%B4%D0%B5%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%82%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE+%D0%B4%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%80%D1%83&source=sh/x/im>

за текстом «Вкладник», в особі заступника Голови Правління Шленчака ВадимаОлександровича.

3. _____

Залучення Банком Вкладу підтверджується цим Договором і випискою з вкладеного (депозитного) рахунку Вкладника.

4. _____

Сторони домовились, що повернення Вкладу за цим Договором здійснює Банк у термін, передбачений пунктом 1.2. Дострокове відкликання Вкладником Вкладу за цим поговором не допускають.

5. _____

Термін залучення Вкладу може бути збільшено в будь-який час протягом часу дії Договору шляхом укладання додаткової угоди до цього Договору.

Вправа 4. Уважно перегляньте відео про ринкові стратегії компанії Епл. Дайте відповіді на запитання¹⁰⁴ (Аудіотекст 04; 5:30 хв).

Мета: сприяти розвитку механізму осмислення і пояснення інформації у формі мовлення.

Вправа рекомендована для студентів з рівнем В2, розвиває навички говоріння.

- Чи був успішним перший комп'ютер Епл?
- Що вирізило Епл серед інших комп'ютерів того часу?
- Як Епл змінив ставлення людей до комп'ютерів?
- Який комп'ютер Епл вперше став успішним?
- На честь кого було названо третій комп'ютер?
- Чому на логотипі компанії зображене надкушене яблуко?
- Яку назву має комп'ютер, для якого створили «культовий ролик маркетингу»?

¹⁰⁴ Сайт 24 канал [Електр. ресурс]. – Режим доступу : <https://www.youtube.com/watch?v=WNtLO9051Ko&t=2s>.

- У чому секрет успішної реклами для цього комп'ютера? Про що вона?
- Якою продукцією Епл урізноманітнила ринок?
- Який продукт став найуспішнішим на ринку для Епл? Що цьому сприяло?
- У чому стратегія Ай-тјонс?
- Що згодом замінило Ай-тјонс?
- Що таке Епл-текс? Як він діє і чому це ефективно?
- За прогнозами спеціалістів, як Епл-текс вплине на електронну продукцію у 2021 році?
- У чому психологічний секрет впливу на покупця?
- Чи можна казати, що така стратегія оновлення негативно впливає на навколишній світ?

Вправа 5. Чи часто Ви робите покупки в інтернеті? Прослухайте відео про те, як зараз розвивається інтернет-торгівля. Виконайте тестові завдання до нього¹⁰⁵ (Аудіотекст 05; 25:25 хв).

Мета: розвинути навички детального слухання.

Вправа рекомендована для виконання на рівні В1, містить завдання для аналізу розуміння аудіотексту.

1. Як переважно функціонує торгівля?

- а) інтернет-торгівля переважає;
- б) рівномірно;
- в) реальні магазини мають більший попит.

2. Яка частина покупок припадає на інтернет-магазини?

- а) до восьми відсотків;
- б) кожне восьме євро;
- в) кожна восьма покупка.

3. Як змінилася роль продавців у магазинах?

- а) їхня потреба зникає;

¹⁰⁵ Сайт DW [Електр. ресурс]. – Режим доступу : <https://www.youtube.com/watch?v=CrWb2JXQ5RI>.

б) з'явилася потреба створювати нові курси для продавців і консультантів;

в) продавців замінять роботи.

4. Щодня суспільство стає більш ...

а) цифрами;

б) цифровий;

в) цифровим.

5. Хто має сприяти розвитку онлайн-магазинів?

а) е-продавці;

б) маркетологи;

в) менеджери.

6. Відповідно до якої інформації менеджери можуть зрозуміти продуктивність онлайн-магазину?

а) завдяки даним про комп'ютер клієнта;

б) хто заходить і яка загальна інформація про нього;

в) кількість переглядів продукту.

7. Яка доля в майбутньому спіткає традиційні магазини?

а) їх витіснить інтернет-торгівля;

б) вони продовжать існувати разом з інтернет-магазинами (аналогами);

в) їхня кількість не зміниться.

Вправа 6. Прослухайте подкаст. Виділіть основні маркетингові стратегії компанії «Старбакс». Вкажіть, яка перевага й недолік такої стратегії для цієї компанії. Чи для всіх компаній можна застосувати такі маркетингові стратегії?¹⁰⁶ (Аудіотекст 06; 4:30 хв).

Мета: ознайомитися з монологічним мовленням носія мови.

¹⁰⁶ Альбом подкастів Маркетингові стратегії [Електр. ресурс]. – Режим доступу : <https://soundcloud.com/branddaughter>.

Вправа рекомендована на рівні B1-B2, завдання розвиває навички говоріння.

Вправа 7. Прослухайте діалог. Доповніть пропуски (Аудіотекст 07).

Мета: сформувати навички мовленнєвої і поведінкової компетенції під час конференції.

Вправа рекомендована для студентів з рівнем володіння мовою B1-B2, містить елементи письма і вправи на слухання.

Андрій Близнюк хоче взяти участь у міжнародній конференції, тема якої стосується інформаційних технологій у Львові. Він саме пройшов реєстрацію і прямує до першої секції, на яку подав заявку. До нього звертається один із учасників конференції.

Близнюк: Добрий день! Ви прямуєте до сесії, тема якої «Інтегровані системи»?

Ткаченко: Так. Схоже, вона відбудеться у головній 1)_____.

Близнюк простягає руку і представляється.

Близнюк: Дозвольте відрекомендуватися. Роман Близнюк, 2)_____ з інформаційних технологій у фірмі «МайРоз».

Близнюк дивиться на бейджик свого співрозмовника.

Близнюк: Вас звать Андрій Ткаченко?

Ткаченко: Саме так. Мене звати Андрій Ткаченко, головний інженер інтегрованих систем 3)_____ «Крок вперед».

Близнюк: Приємно познайомитися. Ви вперше у Львові?

Ткаченко: Ні, я чудово знаю це місто, оскільки часто приїжджаю сюди у 4)_____ . А звідки Ви? Живете у Львові?

Близнюк: Ні, я живу в Києві. Ви 5)_____ у готелі?

Ткаченко: Так, неподалік від цього місця. Його назва «Леополіс».

Близнюк: Це ж треба! Я також там зупинився. Було б чудово знову зустрітися. Ось моя 6)_____ .

Ткаченко: Дякую, ось моя.

Близнюк: Скоро початок 7)_____. До побачення.

Ткаченко: Так, до побачення. Радий знайомству.

Вправа 8. Прослушайте дані про систему оподаткування. З'єднайте слова з їхніми значеннями (Аудіотекст 08; 1:50 хв).

Мета: розвинути механізм мовного здогаду – навички розуміння лексики з контексту.

Вправа створена для студентів із середнім рівнем володіння мовою, передбачає аналіз лексики з прослуханого відеотексту¹⁰⁷.

1. Акциз	а) Платити, вносити плату за щонебудь;
2. Відрахування	
3. Внесок	б) вид непрямого податку на прибуткові та монопольні товари, який включають до ціни товарів;
4. Дохід	
5. Зарплата	
6. Оплатити	в) обов'язкові платежі, які стягує держава з доходів або майна юридичних або фізичних осіб;
7. Податок	
8. Послуга	
9. Рахунок	г) винагорода, обчислена зазвичай у грошовому виразі за виконану роботу;
10. Спонсор	
	д) дія, вчинок, що дає користь, допомогу іншому;
	е) стягнення певної грошової суми певних відсотків на оподаткування;
	є) внесок фізичної чи юридичної особи в грошовій формі для участі

¹⁰⁷ Сайт Ціна Держави [Електр. ресурс]. – Режим доступу : https://www.youtube.com/watch?v=cenRpfshAR8&ab_channel=%D0%A6%D1%96%D0%BD%D0%B0%D0%94%D0%B5%D1%80%D0%B6%D0%B0%D0%B2%D0%B8.

	чи членства в заході чи організації;
	ж) Облік, підрахунок прибутків і витрат у господарстві, а також запис такого обліку, підрахунку.
	з) це всі грошові кошти, отримані за певний період;
	и) організація або фізична особа, яка фінансує підприємство.

Вправа 9. Перегляньте фільм «Форд проти Феррарі». Запишіть успішні стратегії обох компаній. Проаналізуйте їхню відмінність.

Мета: розвиток екстенсивного слухання, вміння аналізувати ринок і побудови правильної стратегії.

Вправа розрахована для студентів з рівнем знань B2, містить завдання для післяслухання.

Вправа 10. Прослухайте економічну теорію підйомів і спадів Хаєка¹⁰⁸. Вставте пропущені слова (Аудіотекст 09; 3 хв).

Мета: розвинути навички слухання.

Вправа створена для студентів із середнім рівнем володіння українською мовою, містить завдання на пошук в тексті певні лексеми, розуміння синтаксичного зв'язку, розвиває навички письма.

А) Коли уряди втручаються в 1) _____, це призводить до безвідповідальності в діях людей і зрештою до 2) _____ з наступними невідворотними спадами.

Б) Він політик, який вважає, що має чудову ідею: як створити нові 3) _____ і загальний добробут.

В) Браян хоче переконати уряд надати 4) _____ компаніям, щоб вони могли будувати й 5) _____ виробництво.

¹⁰⁸ Сайт Ціна Держави [Електр. ресурс]. – Режим доступу : https://www.youtube.com/watch?v=dNjjkaa_reQ&ab_channel=%D0%A6%D1%96%D0%BD%D0%B0%D0%94%D0%B5%D1%80%D0%B6%D0%B0%D0%B2%D0%B8.

Г) Коли б) _____ не спостерігається ресурси, які держава надаватиме у вигляді 7) _____ або опосередковано у формі 8) _____ вестимуть до викривлення економіки.

Д) Як тільки відсутність 9) _____ на продукт стане очевидною, компаніям доведеться пристосовуватися, перепрофільовуючи чи взагалі 10) _____ свої підприємства, переорієнтовуючи виробничі лінії, змінюючи мережі реалізації тощо.

Е) Виробники повинні мати знання й 11) _____ для вироблення товарів і послуг, яких справді бажають 12) _____.

Є) Такі зміни врешті призводять до несталих 13) _____, які зрештою ведуть до 14) _____ або спадів¹⁰⁹.

Вправа 11. Виконайте завдання.

***Мета:** ознайомити студентів з механізмами переговорів під час сприйняття відеотексту.*

Вправа рекомендована для студентів середнього рівня, має зв'язок з говорінням і детальним аналізом механізмів для перемовин.

Завдання 1. Перегляньте відео про механізми ведення переговорів¹¹⁰. Дайте відповіді на запитання і зафіксуйте основні стратегії під час перемовин (Аудіотекст 10; 2:30 хв).

- *Хто диктував свої умови під час переговорів?*
- *На які поступки пішли сторони?*
- *Які техніки впливу застосували учасники перемовин?*

Завдання 2. Перегляньте відео з коментарями щодо реакції і впливу (Аудіотекст 11; 2:30 хв).

¹⁰⁹ Сайт Ціна держави [Електр. ресурс]. – Режим доступу : https://www.youtube.com/watch?v=dNjjkaa_reQ.

¹¹⁰ Імперія спокуси [Фільм]. – Режим доступу : https://uakino.club/filmi/genre_drama/1989-dzhobs-mperya-spokusi.html.

Вправа 12. Проаналізуйте текст і фрагмент аудіокниги Естер Дуфло й Абхіджі Банерджі «Економіка бідності»¹¹¹ про роль інвестицій для боротьби з бідністю. Висловіть свою позицію (Аудіотекст 12; 4 хв).

***Мета:** сприяти розвитку механізму критичного осмислення і висловлення власної позиції.*

Вправа рекомендована для студентів, які мають високий рівень володіння мовою, розвиває також навички читання і говоріння.

Тема бідності досі є актуальною для багатьох держав і міжнародних організацій. Вони виділяють кошти, щоб покращити рівень життя малозабезпечених людей. Здавалося б, що могло б зруйнувати формулу «більше коштів – вищі результати». Однак низка науковців, зокрема Австрійська економічна школа, вважає, що такі дії ззовні можуть в один момент збільшити обіг капіталу, а в інший припинити, що й прирікає країни третього світу на неминучу кризу. В економічній школі цей процес пояснюють так: «Спочатку шляхом видачі кредитів збільшується пропозиція грошей, через що підприємці частіше вкладають гроші у більш ризиковані проекти, схильються до хибних інвестицій – надміру інвестуючи у виробничі процеси вищого рівня. Перший етап називають «бумом», інший – «кризою», тобто з'ясування, що інвестиції є неприбутковими. Депресія є наступним етапом, протягом якого збиткові підприємства банкрутують»¹¹².

Вправа 13. Запишіть основні вимоги до створення електронного листа. Відповіді звірте з відео¹¹³ (Аудіотекст 13; 5:20 хв).

***Мета:** навчити студентів висловлюватися відповідно до вимог офіційно-ділового стилю мовлення.*

¹¹¹ Естер Дуфло і Абхіджі Банерджі [Аудіокнига]. – Режим доступу : <https://abuk.com.ua/catalog/books/158?web=1>.

¹¹² Murray Rothbard Man, Economy & State with Power and Market / Murray Rothbard. – Ludwig von Mises Institute, 2004. – P. 990.

¹¹³ Сайт Epicentr Online education [Електр. ресурс]. – Режим доступу : https://www.youtube.com/watch?v=3votBtqWoPU&ab_channel=EpicentrOnlineeducation

Вправа рекомендована для рівня B2, пов'язана також з писемною компетенцією, містить завдання на передслухання.

Вправа 14. Відповідно до пояснення у відео запишіть визначення до основних понять теми «Фінансовий менеджмент»¹¹⁴ (Аудіотекст 14; 2:30 хв).

***Мета:** сформувати навички розуміння значення лексеми з контексту.*

Вправа рекомендована для студентів з рівнем володіння українською мовою B2, виробляє також навички письма.

Активи –

Гроші –

Грошовий потік –

Контроль –

Організація –

План –

Прибуток –

Ресурси підприємства –

Стимулювання –

Фінансовий менеджмент –

Фінанси –

Вправа 15. Прослухайте відео й письмово опишіть офіс підприємства (10–12 речень)¹¹⁵ (Аудіотекст 15; 5 хв).

***Мета:** сформувати навички пошукового слухання.*

Вправу створено для студентів з рівнем B1, завдання розвиває також писемну компетентність студента.

¹¹⁴ Сайт Prometheus https://courses.prometheus.org.ua/courses/NAUKMA/101/2014_T2/course/.

¹¹⁵ Сайт Перший Миський телеканал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.youtube.com/watch?v=UxlrxfVS9eY&ab_channel=%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%9A%D1%80%D0%B8%D0%B2%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D0%A0%D0%BE%D0%B3%D0%B0.%D0%9F%D0%B5%D1%80%D0%B2%D1%8B%D0%B9%D0%93%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B4%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B9%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB.

ВИСНОВКИ

У процесі навчання використовують усі види мовленнєвої діяльності й вказівка на конкретний вид є умовною, адже вони становлять єдність. Та все ж розмежовувати на продуктивні й рецептивні види мовленнєвої діяльності чи називати конкретний вид, як-от говоріння, письмо, читання і письмо доцільно, зважаючи на те, яка мета вправи переважає. Здебільшого метою говоріння є вдосконалити навички використання лексики, творення монологу й діалогу, поліпшити вміння вести бесіду. Для вправ на письмо мета звучить так: удосконалити навички графічного відтворення слів, розвивати вміння творення зв'язного тексту у письмовій формі і написання документів. Натомість для читання як рецептивного виду – вдосконалити вміння візуального сприйняття тексту, використовуючи різні види читання. Мета аудіювання – навчити сприймати інформацію під час мовленнєвого потоку. Отже, продуктивні види мовленнєвої діяльності розмежовуємо залежно від способу відтворення (продукції) – усного чи письмового, а рецептивні залежно від способу сприйняття – візуального чи аудіального.

На рубіжному й середньому рівнях володіння іноземною мовою відводимо таке співвідношення видів мовленнєвої діяльності: на аудіювання доцільно виділяти близько 30% аудиторного часу, на читання – також близько 30%, на говоріння і письмо – 40%. Відтак порівняно з початковим і базовим ріннями володіння мовою, роль продуктивних видів мовленнєвої діяльності збільшується і вони стають основою навчання, переростають у самостійний процес, коли його можна активно використовувати, натомість кількість вправ для рецептивного сприйняття потрібно зменшити.

Уміння говорити – це вміння відтворити спонтанне мовлення, вступити в діалог, виступити публічно з інформацією, промовою, лекцією, торговою презентацією, прочитати вголос письмовий текст, тобто інтегрувати навички озвучування висловлювань, навички оперування лексичними одиницями і навички граматичного оформлення речень.

Писемна компетенція передбачає знання правил орфографії, лексичні та граматичні навички, вміння оформити текст, стилістичні вміння, уміння висловлювати власну думку у писемній формі, тобто забезпечити цілісність, завершеність, адресованість текстів, композиційні вміння. Саме у письмі набуває ваги формально-логічна компетенція, тобто здатність продукувати логічно побудовані і зв'язні, письмові висловлювання, вміння передавати цю зв'язність і логічність через спеціальні формальні мовні засоби. В аспекті теми «Підприємство» потрібно вміти: заповнити формуляр, анкету, написати статтю, звіт, доповідь, діловий лист тощо.

Формування навичок читання означає підготувати студента до сприйняття тексту, створення навичок різних режимів і видів читання, залежно від способу розкриття змісту, психологічних особливостей сприйняття тексту, кількість прочитаного, характеру організації діяльності, способу читання і місця читання. Відповідно до цього студенти читають з допомогою словника і без нього, оглядово ознайомлюються з інформацією чи ґрунтовно сприймають усю інформацію, готові дати відповіді на запитання до тексту й виділити головну інформацію. Такі навички є актуальними для теми «Підприємство», адже у реальній ситуації студенти повинні бути готовими до того, щоб загально чи детально ознайомитися з документами перед підписанням угоди, опрацювати статті про останні новини розвитку бізнесу, зміни ринку, економічне становище тощо.

Уміння аудіювати означає сприйняття навчального аудіотексту з метою підготовки студента до мовлення в реальній ситуації безпосередньо з носіями мови. Цей процес полягає у виробленні аудитивних навичок сприйняття спершу навчальних текстів, після чого напівавтентичних й безпосередньо автентичних, в ускладненні умов сприйняття шляхом пришвидшення темпу мовлення, нашарування додаткових шумів, ускладнення мовного матеріалу аудіотексту, що найкраще відповідає реальній комунікативній ситуації. Для тих іноземців, які вивчають тему «Підприємство», такі навички необхідні для підтримування контакту зі співробітниками, потенційними клієнтами,

спонсорами тощо, а також під час публічних виступів і презентації проєктів, які передбачають режим запитань.

Проаналізувавши близько 30 розмовників, ми з'ясували, що тема «Підприємство» висвітлена лише у семи. Зважаючи на те, що студенти-іноземці найкраще сприймають матеріал, який структурований у тематичні групи, застосовуємо семантичний критерій і створюємо класифікацію лексики залежно від її значення. Відтак виділяємо такі тематичні підгрупи: «Власне підприємство», «Діяльність фірми», «Фінансова діяльність» і «Ресурси підприємства».

У підгрупі «Власне підприємство» зафіксовано синонімічні варіації лексеми, як-от *фірма, компанія, організація*. Найбільшу кількість лексем зафіксовано у підгрупі «Діяльність фірми» (40), де є розгалуження на такі блоки: «Внутрішня діяльність», що передбачає діяльність у межах підприємства (*вести справу/ бізнес, скласти бізнес-план, оборот грошового капіталу*); «Зовнішня діяльність», пов'язана з діями щодо інших компаній або з виходом підприємства на зовнішній ринок (*вести переговори/ перемовини, здійснювати трансакцію, приватизацію*); «Суб'єкти діяльності» – особи, які здійснюють дію, метою якої є отримання прибутку (*договірні сторони, комерсант, партнер*); «Об'єкти діяльності», тобто ті, на кого спрямована ця дія (*контракт, реформа, проєкт*). Підгрупу «Фінансова діяльність» становлять слова, що позначають оборот грошей залежно від прибутку чи втрат. Відповідно до цього сформовано блоки «Накопичення коштів» (*дохід, інвестиції*) і «Зменшення коштів» (*збитки, боргове зобов'язання*). Усе, чим володіє підприємство, позначають слова підгрупи «Ресурси підприємства» і її блоки «Активи» (*майно, устаткування*), «Відділи» (*бухгалтерія, цех*), «Кадровий склад» (*адміністратор, робітник*), «Документація» (*договір, акція*). Серед проаналізованих лексем, дібраних із розмовників, більшу частину становлять терміни-запозичення з інших мов, а за структурою переважають однокомпонентні.

Під час створення системи вправ потрібно застосовувати принцип ситуативності, який передбачає динамічність таких аспектів, як предмет розмови, обставини і завдання, що дають чіткі настанови щодо діяльності у відповідній ситуації. У межах теми «Підприємство» основою для створення комунікативних ситуацій є підтеми: «Співбесіда», «Ведення переговорів», «Зустріч із клієнтом / партнером по бізнесу / спонсором», «Ведення по телефону ділової бесіди» та ін.

Переглянувши посібники рубіжного і середнього рівнів, ми зауважили, що тема «Підприємство» є актуальною, однак як матеріал для навчання української мови як іноземної ще не достатньо опрцьованою. Здебільшого її не подають як окрему, а включають до інших тем, а саме: «Установа. Офіс», «Торгівля», «Справа», «Діяльність фірми», «Банк», «Гроші», «Лабіринти бюрократії». Матеріали, зібрані в посібниках, є неоднотипними, здебільшого зосереджені навколо написання резюме і текстів, які стосуються працевлаштування. Також посібники містять діалоги, що є прикладами ділових бесід, результатом різноманітних за темою ділових зустрічей. По суті, конкретних тем, що стосуються підприємства як діяльності та суб'єкта діяльності, ми не виявили. Це дає змогу стверджувати, що поглиблених навчально-методичних ресурсів для вивчення бізнес-мови студентами-іноземцями чи іноземцями, які хочуть займатися підприємницькою діяльністю в нашій країні, сьогодні немає.

У роботі подаємо систему вправ для розвитку продуктивного виду мовленнєвої діяльності. Кількість вправ для говоріння – 15. Подаємо комунікативні вправи, які можна використовувати для підготовчого, тренувального чи закріплювального етапу навчання. Використовуємо вправи для розвитку навичок творення монологів, діалогів, які мають відповідні опори, і є без ігрового компонента або з ним. Здебільшого використовуємо частковий і мінімальний рівні керування. Серед завдань є такі: *користуючись довідкою, підсумуйте етапи створення підприємства; висловіть свою думку щодо проблеми, зображеної на фото; доповніть діалог, складіть діалог в*

парах (робота з діалогічним мовленням); висловіть власну думку щодо заданої теми (зокрема на такі теми: «Принципи ділового етикету», «Співбесіда», «Реклама для підприємства»); доповніть твердження; оцініть переваги і недоліки вказаних професій; підготуйте інформацію для участі в дискусії.

Серед вправ на розвиток навичок письма створено 15 вправ. Подаємо комунікативні або умовно-комунікативні вправи, за кількістю учасників – індивідуальні вправи, які є повністю або частково керованими і можуть мати або не мати додаткових опор. Серед завдань є такі: *поясніть поняття і запишіть до нього асоціації; письмово висловіть свою думку щодо вказаної проблеми («Зовнішня діяльність фірми», «Бізнес-план фірми», «Пошук і заохочення спонсорів»); напишіть діловий лист; продовжіть історію, зображену на малюнку, використовуючи слова з довідки; вставте в текст слова у відповідній формі; заповніть заяву.* Система вправ складається із завдань, які передбачають написання слова відповідно до граматичних вимог, заповнення готового бланку чи написання власної розгорнутої відповіді.

Система вправ для розвитку читання також налічує 15 вправ. Вони мають передтекстовий, текстовий і післятекстовий характер, сприяють розвитку різних режимів читання, частковому й повному розумінню, пошуку головної інформації. Звучать завдання так: *прочитайте поради українського успішного бізнесмена й заповніть пропуски словами з довідки, після чого дайте відповіді на запитання; дайте назви абзацам відповідно до їхнього змісту; прочитайте рекламні тексти й з'єднайте їх з відповідною маркетинговою стратегією; спростуйте або підтвердьте твердження, які стосуються змісту тексту; відповідно до змісту тексту підкресліть зайве слово у рядках слів; дайте відповіді на запитання, після чого прочитайте опис підприємств і поясніть, у яке Ви б вклали інвестиції, а в яке ні.*

Для вироблення навичок аудіювання ми подаємо 15 вправ, які спрямовані на рівень розуміння B1–B2, адаптують до різних умов аудіотексту й мають практичне значення для студентів. Вправи мають такі

завдання: перегляньте відео співбесіди й дайте відповіді на запитання щодо того, як пройшла співбесіда Чендлера. З'єднайте зазначені словосполучення і поясніть фразеологізми; прослухайте відео про те, як зараз розвивається Інтернет-торгівля і виконайте тестові завдання до нього; прослухайте подкаст і виділіть основні маркетингові стратегії компанії «Старбакс». Вкажіть, яка перевага й недолік такої стратегії для цієї компанії. Чи для всіх компаній можна застосувати такі маркетингові стратегії?; прослухайте дані про систему оподаткування і з'єднайте слова з їхніми значеннями; відповідно до пояснення у відео, запишіть визначення до ключових понять теми «Фінансовий менеджмент»; проаналізуйте текст й фрагмент аудіокниги Естер Дуфло й Абхіджі Банерджі «Економіка бідності» про роль інвестицій для боротьби з бідністю. Висловіть свою позицію.

У процесі навчання продуктивних і рецептивних видів мовленнєвої діяльності в курсі української як іноземної використовують вправи для всіх етапів: підготовчого, тренувального, закріплювального. Для обох продуктивних видів мовленнєвої діяльності є характерні спільні критерії: керування і наявності опор. Некомунікативні вправи не використовують під час письма, оскільки вони не вчать власне мовленнєвої діяльності письма в реальній писемній комунікації. Також відмінною рисою є кількість учасників, адже до говоріння можна залучити одного або одразу кількох мовців, а вправи на письмо є індивідуальними, оскільки кожна з них виконує студент самостійно. Типовими стимулами, які допомагають створювати комунікативні ситуації, є застосування образу, звуку, символу, які дають теми для говоріння, наштовхують на творення ситуацій. На відміну від продуктивних, основою рецептивних видів мовленнєвої діяльності є текст, а завдання допомагають підготувати студента до його сприйняття і перевірити розуміння шляхом відповідей на запитання. Залежно від виду мовленнєвої діяльності вони задіюють візуальне або аудіальне сприйняття, тож використовують різні канали сприйняття і способи декодування інформації.

Незважаючи на це, найважливішими чинниками для сприйняття обох рецептивних видів мовленнєвої діяльності є лексичний склад, обсяг, рівень складності й новизни інформації в тексті, а в аудіюванні діють ще й зовнішні чинники – шум, темп мовця тощо. Звичайно, під час створення вправ між видами мовленнєвої діяльності немає чіткої межі, тому можна казати про своєрідну взаємозалежність і доповненість як продуктивних, так і рецептивних видів мовленнєвої діяльності.

Вважаємо, що тема «Підприємство» в аспекті продуктивних і рецептивних видів діяльності дасть змогу іноземним слухачам робити впевнені кроки в оволодінні економічними дисциплінами і розвинути всі вміння, необхідні для роботи в будь-якому підприємстві.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бігич О. В. Методика формування іншомовної компетентності в аудіюванні / О. В. Бігич // Іноземні мови. – 2012. – № 2. – С. 19–30.
2. Варга Л. Методика формування іншомовної комунікативної компетенції в читанні німецькомовних текстів як текстів другої іноземної мови на початковому етапі вивчення / Л. І. Варга // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2013. – Вип. 26. – С. 34–37.
3. Васильєва Л. Навчання діалогічної форми спілкування іноземною мовою : відбір та організація навчального матеріалу // Теорія і практика викладання української мови як іноземної : зб. наук праць. – Львів : Видавн. центр імені Івана Франка, 2009. – Вип. 4. – С. 238–247.
4. Величко В. В. Економіка підприємства : навч. посіб. / В. В. Величко. – Х. : ХНАМГ, 2010. – 169 с.
5. Вишнякова Т. А. Обучение русскому языку студентов-нефилологов / Т. А. Вишнякова. – М. : Русский язык, 1980. – 152 с.
6. Гальскова Н. Д. Современная методика обучения иностранным языкам / Н.Д. Гальскова – М. : Аркти-Глосса, 2000. – 165 с.
7. Гез. Н. Д. Роль условий общения при обучении слушанию и говорению / Н. Д. Гез // Иностранные языки в школе. – 1981. – № 5. – С. 32–39.
8. Герета Н. М. Діалог як складник чужого мовлення / Н. М. Герета // Науковий часопис Національного педагог. уні-ту імені М. П. Драгоманова : зб. наук. праць / [відп. ред. А. П. Грищенко]. – К. : НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2006. – С. 71–77. – (Серія 10 «Проблеми лексикології і граматики української мови» ; вип. II).
9. Горчев А. Ю. Речевая тренировка и типология тренировочных упражнений в устной речи // Иностранные языки в школе. – 1977. – № 6. – С. 80–86.
10. Гриньова В.М. Організація виробництва: [підруч.] / В. М. Гриньова, М. М. Салун. – К. : Знання, 2009. – 582 с.

11. Гриняєва Н., Зуєва І. Читання як засіб формування мовленнєвої компетенції при вивченні дисципліни “Іноземна мова за проф. спрямуванням” / Н. М. Гриняєва, І. В. Зуєва // *Science Review*. – Варшава, 2018. – Вип. 2 (9). – С. 27–33.
12. Ковтун О. В. Мовленнєва діяльність як категорія лінгводидактики / О. В. Ковтун // *Науковий вісник Південноукраїнського державного педагогічного університету ім. К. Ушинського* : зб. наук. праць. – Одеса : ПДПУ ім. К. Ушинського, 2009. – Вип. 1–2. – С. 103–112.
13. Костомаров В. Г. Методическое руководство для преподавателей русского языка иностранцам / В. Г. Костомаров, О. Д. Митрофанова. – М., 1978. – 135 с.
14. Кострубіна О. В. Аудіотекст та етапи роботи з ним у процесі розвитку аудитивних умінь і навичок студентів / О. В. Кострубіна // *Викладання мов у вищих навчальних закладах освіти*: зб. наук. праць. – Вип. 11. – Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2007. – С. 170–175.
15. Лаврова Ю. В. Економіка підприємства та маркетинг : конспект лекцій / Ю. В. Лаврова. – Х. : ХНАДУ, 2012. – 227 с.
16. Лapidус Б. К теории упражнений по иностранному языку / Б. Лapidус // *Иностранные языки в высшей школе*. – М., 1985. – Вып. 10. – С. 64–70.
17. Метьолкіна О. М. Методичні рекомендації щодо організації індивідуального навчання аудіювання / О. М. Метьолкіна. – К. : Київський державний лінгвістичний університет, 1994. – 65 с.
18. Михайленко А. Читання як вид мовленнєвої діяльності / А. В. Михайленко // *Teoretyczne I praktyczne innowacje naukowe*. – Krakow, 2013. – С. 184–187.
19. Пассов Е. Коммуникативный метод обучения иноязычному говорению. – 2-е изд. – М. : Просвещение, 1991. – 222 с.
20. Пашенко В. М. Визначальні особливості керованого та усвідомленого оволодіння фонетикою та фонологією у вищому навчальному закладі /

- В. М. Пащенко // Література та культура Полісся. – 2008. – Вип. 43. – С. 132–136.
21. Пентилюк М. І. Актуальні проблеми сучасної лінгводидактики / М. І. Пентилюк. – К. : Ленвіт, 2012. – 256 с.
22. Сокіл Б. Дотекстові та післятекстові вправи: типологія та особливості побудови / Богдан Сокіл // Теорія і практика викладання української мови як іноземної. – 2011. – Вип. 6. – С. 196–203.
23. Станкевич Н. Види мовленнєвої діяльності в аспекті лінгводидактики / Ніна Станкевич // Теорія і практика викладання української мови як іноземної : зб. наук. праць. – Львів, 2007. – Вип. 2. – С. 40–47.
24. Станкевич Н. Навчально-мовленнєва ситуація у діалогічному мовленні: стратегія моделювання / Ніна Станкевич // Теорія і практика викладання української мови як іноземної : зб. наук. праць. – Львів, 2010. – Вип. 5. – С. 53–60.
25. Станкевич Н. Навчання практичного письма в курсі української мови як іноземної Практичне письмо / Ніна Станкевич // Теорія і практика викладання української мови як іноземної : зб. наук. праць. – Львів, 2012. – Вип. 7. – С. 53–56.
26. Станкевич Н. Основні прийоми навчання говоріння в курсі української мови як іноземної / Ніна Станкевич // Теорія і практика викладання української мови як іноземної : зб. наук. праць. – Львів, 2008. – Вип. 3. – С. 289–292.
27. Тарнопольський О. Б. Аспектний підхід до навчання англійської мови для спеціальних цілей у немовних ВНЗ / О. Б. Тарнопольський, З. М. Корнева // Вісник Харків. нац. ун-ту імені В. Н. Каразіна. – Х., 2011. – Вип. 18. – С. 231–239.
28. Тарнопольський О. Б. Методика навчання іншомовної мовленнєвої діяльності у вищому мовному закладі освіти : навч. посіб. / О. Б. Тарнопольський. – К. : Фірма «Інкос», 2006. – 248 с.

- 38.Словник економічної афористики [уклад. А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк]. – Львів : Вид-тво Львів. політехніки, 2013. – 444 с.
39. Словник іншомовних слів [уклад. О. С. Мельничука]. – К. : УРЕ, 1974. – 776 с.
40. Словник термінів і понять з дисципліни «Економіка підприємства» [уклад. О. І. Ємець]. – Івано-Франківськ : Тіповіт, 2015. – 32 с.
- 41.Словник української мови : в 11 т., – К., 1970–1980. – Т. I–XI.
42. Волкова О. Українська мова для студентів-іноземців / О. Волкова, Н. Ворона, Є. Голованенко. – Суми : Українська книга, 2017. – 256 с.
43. Палінська О. Крок-2 (рівень B1). Українська мова як іноземна: книга для студента / Олеся Палінська. – Львів : Дон Боско, 2014. – 160 с.
- 44.Палінська О. Крок-2 (рівень B1). Українська як мова як іноземна: робочий зошит / Олеся Палінська. – Львів : Дон Боско, 2014. – 56 с.
- 45.Розмовник українсько-німецький [Л. О. Подольська]. – Донецьк : ТОВ ВКФ «БАО», 2003. – 160 с.
- 46.Українсько-польський словник тематичної лексики : близько 8000 слів і виразів [Ю. Г. Попсуєнко]. – К. : Школа, 2006. – 368 с.
- 47.Українсько-польський тематичний словник [Я. Рігер, О. Демська-Кульчицька]. – Львів : Вид-во Українського католицького ун-ту, 2007. – 704 с.
- 48.Українсько-російсько-польський розмовник для ділової людини [Н. Г. Шишківна]. – К. : Голов. спеціаліз. ред. літ. мовами нац. меншин України, 1995. – 271 с.
49. Українсько-чеські паралелі в текстах і ситуаціях : розмовник [Й. Ф. Андреш]. – К. : Довіра, 2002. – 477 с.
50. Українсько-французький розмовник [Л. М. Тимошенко, В. П. Кирненко]. – К. : Либідь, 1995. – 256 с.

51. Державний стандарт України. Українська мова як іноземна. Рівні загального володіння та діагностика / укл. Д. Мазурик, О. Антонів, О. Синчак, Г. Бойко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.slideshare.net/ssuserb0992b/standart-96636178>.
52. Murray Rothbard Man, Economy & State with Power and Market / Murray Rothbard. – Ludwig von Mises Institute, 2004. – P. 990.
53. Альбом подкастів Маркетингові стратегії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://soundcloud.com/branddaughter>.
54. Зразок документа [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.google.com/imgres?imgurl=http://blog.img.pravda.com/images/doc/0/e/0e119-bank1.jpg&imgrefurl=https://blogs.pravda.com.ua/authors/leschenko/569e4529ada04/&tbnid=QM5xU-cmzHEbyM&vet=1&docid=GQMiltJGTtOmtM&w=511&h=751&itg=1&q=%D0%B7%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%BA+%D0%B4%D0%B5%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%82%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE+%D0%B4%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%80%D1%83&source=sh/x/im>.
55. Зразок статуту підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mvk.if.ua/uploads/files/rp120111.pdf>.
56. Естер Дуфло і Абхіджі Банерджі [Аудіокнига]. – Режим доступу : <https://abuk.com.ua/catalog/books/158?web=1>.
57. Імперія спокуси [Фільм]. – Режим доступу : https://uakino.club/filmi/genre_drama/1989-dzhobs-mperya-spokusi.html.
58. Несподівані факти зі світу бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://learn.ztu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=46771>.
59. Сайт 24 канал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.youtube.com/watch?v=WNtLO9051Ko&t=2s>. Сайт Податки

- [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
<https://sites.google.com/site/podatkiistoriaviniknenna/>.
60. Сайт Економічна правда [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
<https://www.epravda.com.ua/news/2020/07/12/662860/>.
61. Сайт Київського міського центру перепідготовки й підвищення кваліфікації [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
http://cpk.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=552.
62. Сайт Перший Міський телеканал [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
https://www.youtube.com/watch?v=UxlrfVS9eY&ab_channel=%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%9A%D1%80%D0%B8%D0%B2%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D0%A0%D0%BE%D0%B3%D0%B0.%D0%9F%D0%B5%D1%80%D0%B2%D1%8B%D0%B9%D0%93%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B4%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B9%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB.
63. Сайт ТСН [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://tsn.ua/video/video-novini/sekreti-uspihu-vinahidnika-i-biznesmena-ilona-maski.html>.
64. Сайт Ціна Держави [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
https://www.youtube.com/watch?v=cenRpfshAR8&ab_channel=%D0%A6%D1%96%D0%BD%D0%B0%D0%94%D0%B5%D1%80%D0%B6%D0%B0%D0%B2%D0%B8.
65. Сайт Факти [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
<https://fakty.com.ua/ua/lifestyle/20180214-5-porad-yak-vidkryty-svij-biznes-i-zarobyty/>.
66. Сайт DW [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
<https://www.youtube.com/watch?v=CrWb2JXQ5RI>.
67. Сайт Epicentr Online education [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
 :

https://www.youtube.com/watch?v=3votBtqWoPU&ab_channel=EpicentrOnlineEducation

68. Сайт

Prometheus

https://courses.prometheus.org.ua/courses/NAUKMA/101/2014_T2/course/

69. Сайт SPE [Електронний ресурс]. – Режим доступу :

https://www.youtube.com/watch?v=B2MASdvWCwI&ab_channel=%D0%A0%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D0%9A%D1%83%D1%88%D0%BD%D1%96%D1%80-%D0%A8%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%BA%D1%83SPE.

70. Серіал Друзі [Електронний ресурс]. – Режим доступу :

<https://uaserials.pro/157-druzi-sezon-8.html>.

71. Український бізнесмен [Електронний ресурс]. – Режим доступу :

<https://t.me/cresume>.

Додаток А

Таблиця частотності слів тематичної групи “Підприємство”

Лексема	Тимошен ко	Андре ш	Ріге р	Попсуєн ко	Подольсь ка	Шишків на
Агент	+	+	-	+	-	-
Аквізитор	-	+	-	-	-	-
Активи	-	-	+	-	-	-
Акціонер	+	-	+	-	-	-
Акціонерні товариства	-	-	+	-	-	-
Акція	+	-	+	-	-	+
Архів	-	-	+	-	-	-
Банкрутство	-	+	+	-	-	-
Бізнес	-	+	+	+	+	-
Бізнес-леді	-	+	-	-	-	-
Бізнесмен	-	+	+	-	-	-
Бізнес-план	-	+	+	-	-	-
Бухгалтер	+	-	+	-	-	-
Бухгалтерія	+	-	+	-	-	-
Бюро	-	-	+	-	-	+
Бюрократія	-	+	+	-	-	-
Вести переговори	+	+	+	-	-	+
Вести перемовини	-	+	+	-	-	-
Вести бізнес	-	+	+	+	-	-
Вести справи	-	+	+	-	-	-
Вексель	+	+	+	-	-	+
Власник	+	+	+	+	+	-
Власність	+	-	+	-	-	-
Видатки	-	+	+	+	-	-

Витрати	+	+	+	+	+	+
Відділ	-	+	+	+	+	-
Відділення	-	-	+	+	+	-
Генеральний директор фірми	-	-	+	-	+	+
Дилер	+	+	+	-	-	-
Директор	+	-	+	+	+	+
Ділові кола	-	+	+	+	+	+
Договір	+	+	+	+	+	+
Договірні сторони	+	+	+	+	+	+
Довідка	-	-	+	-	-	-
Довіреність	-	-	+	-	-	-
Доручення	+	-	+	-	-	-
Досвід	+	-	-	-	-	-
Завідувач	-	-	-	+	-	-
Засвідчити копію	-	+	+	-	-	-
Заснувати фірму	-	+	+	+	-	-
Заступник	-	-	-	+	-	-
Заява	-	-	+	-	-	-
Збанкрутувати	-	+	+	-	-	-
Збитки	-	+	+	+	+	+
Збитковість	-	-	+	-	-	-
Зустріч	+	+	+	-	+	-
Інвестор	+	-	+	-	-	-
Інвестування	-	-	+	-	-	-
Інвестиції	+	-	+	-	-	+
Інформація	+	-	-	-	+	-
Капітал	-	-	+	-	-	-
Керування	-	+	+	+	+	-
Клопотання	-	-	+	-	-	-
Комерсант	-	-	+	-	-	-

Комерційний директор	+	-	+	+	-	+
Компанія	+	+	+	+	+	+
Конкурентоздатність	+	+	+	-	-	-
Консалтинг	-	-	+	-	-	+
Контракт	+	+	+	+	+	+
Концесія	-	-	+	-	-	-
Комерсант	-	+	+	-	-	-
Кореспонденція	-	-	+	+	-	-
Контора	-	-	+	-	-	-
Лист	-	-	+	-	-	-
Маєток	-	+	-	-	-	-
Майно	-	+	-	-	-	-
Маркетинг	-	-	+	-	-	+
Менеджер	-	-	-	+	-	-
Нерухомість	-	+	-	-	-	-
Оборот грошового капіталу	-	+	+	+	+	+
Оголосити банкрутство	-	+	+	-	-	-
Операція	+	+	+	-	-	+
Офіс	-	+	+	-	-	-
Партнер	+	-	+	+	+	+
Пай	-	+	+	-	-	-
Переговори	+	+	+	+	+	+
Перемовини	+	-	+	-	-	-
Підпис	+	-	-	-	-	-
Підприємство	+	-	+	+	+	+
Підрядник	+	-	+	+	+	-
План	-	-	+	-	-	-

Податок	+	+	+	+	+	+
Посередник	-	+	+	+	+	+
Прибутковий	+	+	+	+	-	-
Прибуток	+	+	+	+	+	+
Приватизація	-	-	+	-	-	-
Представник фірми	+	+	+	+	+	+
Проект	+	+	+	-	-	+
Президент	-	-	+	-	-	+
Рахунок	+	+	+	+	-	+
Реєстратура	-	-	+	-	-	+
Реклама	+	+	+	-	-	-
Рекламація	+	+	+	-	-	+
Рентабельність	-	-	+	-	-	+
Реформа	+	+	+	-	-	-
Самофінансуванн я	+	-	+	-	-	-
Сейф	+	-	-	-	-	-
Секретаріат	-	-	-	-	-	+
Сертифікат	+	+	+	-	-	-
Скарга	-	-	+	-	-	-
Скласти бізнес- план	-	+	+	-	-	-
Спеціаліст	+	-	+	+	-	-
Співзасновник	-	+	+	+	-	-
Співробітник	-	-	+	-	-	-
Справа	+	-	+	-	-	-
Товариство	-	-	+	+	+	-
Трансакція	-	-	+	-	-	-
Угода	+	+	+	+	+	+
Уповноваження	-	+	+	-	-	-
Управління	-	+	+	-	+	-

Установа	-	-	+	+	+	+
Устаткування	+	-	-	-	-	+
Філіал	-	+	+	-	-	-
Філія	-	+	+	+	-	-
Фірма	+	+	+	+	+	+
Фірмовий	-	-	+	-	-	-
Чистий дохід	-	-	+	-	-	-

Додаток Б

Конспект уроку на тему:

«Поняття про «Підприємство» та аспекти його діяльності. Лексика на позначення діяльності у системі підприємства»

Говоріння: обговорення етапів створення підприємства (часткове керування); коментування зображень.

Письмо: добір антонімів, відповідно до опор створення бізнес-плану.

Читання: читання тексту і виконання підслятекстових вправ (заповнити пропуски, відповісти на запитання).

Аудіювання: слухання аудіотексту, заповнення пропусків.

Вправа 1. Поєднайте слова, щоб створити словосполучення:

- | | |
|-------------------|-----------------------|
| 0. Скласти | а) договір |
| 1. Бухгалтерський | б) грошового капіталу |
| 2. Вести | в) сторони |
| 3. Оборот | г) бізнес-план |
| 4. Договірні | д) рахунок |
| 5. Підписати | е) переговори |
| 6. Заснувати | ж) компанію |

Вправа 2. Підберіть антоніми до поданих слів та висловів:

Зразок: одержавлення – приватизація.

1. Витрати - _____.
2. Майно - _____.
3. Розірвати контракт - _____.
4. Збагатитися - _____.
5. Взяти на роботу - _____.

Вправа 3. Прочитайте поради українського успішного бізнесмена та заповніть пропуски словами з довідки. Дайте відповіді на запитання після тексту.

5 порад, як відкрити свій бізнес і заробити



Щоб створити з нуля успішний бізнес не варто покладатися на удачу, а треба підійти до цього з розумом, досвідом та точними розрахунками.

Щоб (1) _____ міжнародного успіху, колись Геннадій Шестак пішов працювати у міжнародні компанії, він

хотів ретельно вивчити, як там влаштований бізнес.

Він пройшов шлях від торгового представника до директора з продажів представництв західних корпорацій.

Геннадій хотів (2) _____ українські сувеніри. Вивчив ринок – і передумав, адже споживача мало чим здивуєш у цій сфері. Так виникла ідея виготовляти 3D-пазли з дерева.

Перед тим, як (3) _____ у справу гроші, Геннадій разом із командою почали тестувати продукцію на ярмарках в різних містах. І люди зацікавились. Для початку Геннадій вклав \$120 тис. А вже за 4 роки компанія (4) _____ з малого бізнесу в середній.

Рецепт успішної справи від Геннадія Шестака:

1. Набратися (5) _____, працюючи на різних посадах – від простої до керівної – у міжнародних компаніях, а потім застосувати його у власній компанії.
2. Вивчити (6) _____ та протестувати товар, перед тим як виходити з ним на ринок.
3. Заявити про проект на краундфаундинговій платформі. Так можна зрозуміти, чи цікава ідея іноземцям, та одразу ж (7) _____ замовлення.
4. Знайти надійного (8) _____, готового вкладати разом з вами гроші у бізнес.
5. Ну і звичайно, пам'ятати: кожен має право на свою (9) _____.

Довідка: досягти, вкладати, отримати, досвід, приготувати, партнер, переросла, справу, попит.

Запитання:

- 1) Яку справу спершу хотів відкрити Геннадій?
- 2) Чи погоджуєтеся ви з порадами бізнесмена?
- 3) Як ви розумієте поняття «рецепт успішної людини»?
- 4) Що зробив Геннадій перед тим, як вкласти гроші у справу?
- 5) Скільки знадобилося часу, щоб Геннадійв бізнес переріс з малого у середній?
- 6) Щоб створити успішний бізнес, де можна здобути досвід ведення справ?

Вправа 4. Засновник фірми обговорює з колегами етап створення підприємства. У парах прокоментуйте роботу, яку вже виконали, виконують і планують виконати. Нижче подано довідку.

Сьогодні 10 березня, проект потрібно здати 1 травня.

Зроблено: створено бізнес-план підприємства, надіслано заявки спонсорам, підписано договір оренди приміщення, виготовлено зразки продукції, яку пропонує підприємство.

Що виконують на цьому етапі: ведуть переговори щодо юридичного узаконення підприємства, розробляють рекламу підприємства, ведуть переговори з можливими співвласниками, розробляють каталоги з продукцією.

Буде зроблено: остаточно підтвердити спонсорів, розіслати запрошення на церемонію презентації проекту.

Вправа 5. Погляньте на фото і поміркуйте над тим, як ці люди вели своє життя 5 років тому і яким воно буде ще через 5 років. Зробіть висновки щодо того, яку людину можна назвати успішною і що робити, щоб не стати «офісним планктоном»?



Вправа 6. Прослухайте текст, заповнюючи пропуски:

Секрети успіху винахідника і бізнесмена Ілона Маска

«Якщо є змога одночасно (1)_____ кілька справ, то їх треба робити» – з таким девізом живе та працює засновник величезної бізнес-імперії, канадець африканського походження Ілон Маск.

Його (2)_____ триває 100 годин, щодня мільярдер працює по 18 годин. «Якщо ви, наприклад, занурились у звіти, то чому ви не можете одночасно (3)_____ на листи, які надійшли вам на електронну пошту?» – каже Маск.

А ще він ніколи не (4)_____ гроші в рекламу, бо впевнений: краще зробити щось реально якісне, ніж (5)_____ заздалегідь невдалу річ. Електрокари, ракети і навіть звичайна комп'ютерна гра цьому підтвердження. Така економія дозволила Маску (6)_____ сотні мільйонів доларів.

Виробляти те, що реально працює на майбутнє – це другий девіз Ілона Маска. Слідом за супер-електрокаром, він здійснив, здавалося б, нереальне – запустив у космос до Марса найпотужнішу ракету в світі. На борту електрокар з манекеном за кермом. Аби ця ракета полетіла

так далеко, компанії Маска працювали (7)_____ рук цілих сім років.

Ракета летить, а її творець працює в офісі, відповідає на електронні листи, (8)_____ збори, між цим відвідує заводи та (9)_____ з підлеглими своїх компаній по всій Америці. А як є хвилина-інша, Ілон Маск (10)_____ свої, здавалося б нереальні, але цілком здійсненні проекти.

ДОМАШНЄ ЗАВДАННЯ

Вправа 7. Ви хочете відкрити власну справу. Складіть до неї бізнес-план, користуючись інструкцією.

Мета: розвиток навичок письма у формі планування.

Вправа рекомендована до виконання на рубіжному рівні В1 володіння українською мовою як іноземною.

Вам потрібно врахувати:

1. У якій країні, в якому місті чи районі міста буде вигідно відкрити Вашу справу;
2. Яке приміщення Ви будете орендувати;
3. Який стартовий капітал Вашого бізнесу;
4. Яке обладнання потрібно закупити для Вашого бізнесу;
5. Скільки співробітників буде у Вас працювати? Якою буде їхня заробітна плата?
6. Яку кількість клієнтів Ви зможете обслужити за день?
7. Які ймовірні ризики Вашого бізнесу? Як їх оминуть?
8. За скільки часу Ви зможете повернути гроші, які вклали у розвиток бізнесу?

Додаток В**Список використаних аудіоматеріалів**

1. Аудіотекст 01 (вправа 1)
2. Аудіотекст 02 (вправа 2)
3. Аудіотекст 03 (вправа 3)
4. Аудіотекст 04 (вправа 4)
5. Аудіотекст 05 (вправа 5)
6. Аудіотекст 06 (вправа 6)
7. Аудіотекст 07 (вправа 7)
8. Аудіотекст 08 (вправа 8)
9. Аудіотекст 09 (вправа 10)
10. Аудіотекст 10 (вправа 11)
11. Аудіотекст 11 (вправа 11)
12. Аудіотекст 12 (вправа 12)
13. Аудіотекст 13 (вправа 13)
14. Аудіотекст 14 (вправа 14)
15. Аудіотекст 15 (вправа 15)