***Гусарева И.В.***

**ДИДАКТИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ПРОБЛЕМНОГО ОБУЧЕНИЯ В ИННОВАЦИОННОМ ПРЕПОДАВАНИИ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА**

Начиная разговор об инновационном преподавании иностранного языка, необходимо обозначить направления, в которых может проводиться инновационная деятельность. К ним относятся:

* уточнение содержания изучаемых предметов;
* улучшение технической оснащенности;
* обеспечение более тесной преемственности в системе “Школа – вуз” с учетом национальных особенностей регионов;
* такое построение курсов, которое обеспечивало бы четкую их структуру, отражение в них последних научных достижений;
* поддержание мирового стандарта в содержании образования;
* введение в содержание образования такого материала, который способствует развитию творческого мышления учащихся, их способностей и талантов [2] .

Выделим основные отличительные признаки проблемного обучения:

* учащийся усваивает новые понятия *путем решения учебных проблем*, что обеспечивает эффективность получения знаний;
* соблюдается *принцип связи обучения с жизнью* (возможность применения на практике служит критерием оценки правильности решения учебных проблем);
* проблемное обучение *динамично*, т.к. в основе любой проблемы лежит противоречие, обладающее динамикой развития, что характерно для всех явлений действительности;
* личная заинтересованность в изучаемой проблеме стимулирует эмоциональную активность учащегося.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что проблемное обучение полностью удовлетворяет критериям оценки инновационной деятельности. Следует особо подчеркнуть тот факт, что данная форма организации занятий дает возможность учитывать индивидуальные особенности учащихся.

В основе проблемного обучения лежит проблемная ситуация, которая рассматривается в педагогике как состояние *умственного затруднения.* Возникновение данной ситуации связано с недостаточностью ранее усвоенных учащимися знаний и способов деятельности для решения практической задачи. [1]

Далее мы рассмотрим вариант применения технологии проблемного обучения, который можно использовать на уроках по деловому английскому языку на старшей ступени обучения.

Предлагается следующий алгоритм работы:

1. Предъявление проблемы;

2. Изучение деталей задания по группам;

3. Поиск совместного решения;

4. Оформление выводов.

**Case study:** Caferoma

**Background**

Caferoma, a well-known brand of coffee, is owned by PEFD, a company based in Turin, Italy. It is promoted as an exclusive product for people who love ground сoffee. Its image is of an Italian-style coffee. It has a strong and slightly bitter taste, and costs more than almost every other ground coffee product on the market.

**Problems**

In the fast two years, Caferoma's share of the quality ground coffee market has declined by almost 30%.There are several reasons for this:

a) *Brand loyalty:* Consumers have become less loyal to brands and more price conscious. They are willing to buy lower-priced coffee products.

b) *Price:* Supermarkets are selling, under their own label, similar products to Caferoma at much lower prices.

c) *Brand image:* The Caferoma brand no longer seems to be exciting and up-to-date.

**Possible solutions**

*Repositioning the product.* Change Caferoma's image to appeal to a different market segment. (Which segment? What changes to taste, quality, packaging, logo, labelling, distribution?)

*Pricing.* Reduce the price by, say, 20% to 30% so that it is in the medium range of prices.

*Advertising.* Develop a new advertising campaign to relaunch the brand.

*Multiple brands.* Sell Caferoma, with small changes to product, under different brand names at lower prices.

*Own brand label products.* Allow supermarkets and hypermarkets to sell Caferoma under the supermarkets' own brand labels. Continue to market the Caferoma brand at the same time.

*A new product.* Bring out an instant coffee or decaffeinated product under the Caferoma brand as soon as possible.

**Task 1:** Work in two groups of three/four or more. Each group should prepare a mini-presentation of part of the introductory information.

Group 1: Caferoma’s four key problems.

Group 2: Possible solutions.

**Task 2:** As members of PEFD's marketing team, hold an informal meeting. Consider the advantages and disadvantages of each solution. Then decide what to do to stop the decline in the product's market share and to increase profits.

**Writing:** Write an e-mail to Caferoma's Managing Director, Mario Cumino. Summarise what action you agreed to take at the meeting to solve Caferoma's problems. Explain your reasons.

Следует отметить, что подобного вида проблемные задания целесообразно давать на заключительных занятиях по теме, когда студенты уже приобрели необходимые для решения предложенных проблем навыки и умения.

Список литературных источников

1. Педагогические технологии: Учеб. пособие для студ. пед. спец. / Под общ. ред. В.С. Кукушина. – Серия «Педагогическое образование». – М.: ИКЦ «МарТ». – 2004. - 336 с.
2. Харламов И.Ф. Педагогика: Учебник. – 5-е изд., перераб. и доп. – Мн.: Унiверсiтэцкае, 1998. – 374 с.
3. David Cotton. David Falvey. Simon Kent. Market Leader. Intermediate. New edition. Longman, 2004. – 174 p.
4. Bill Mascull. Market Leader. Teacher’s Book. Intermediate. New edition. Longman, 2004. – 197 p.