

5. Русский язык как иностранный: типовая учебная программа для иностранных слушателей подготовительных факультетов и отделений высших учебных заведений / С. И. Лебединский [и др.]; под ред. С. И. Лебединского. – Минск: БГУ, 2006.

6. Русский язык как иностранный: типовая учебная программа для иностранных студентов I–IV курсов нефилологических специальностей высших учебных заведений / С. И. Лебединский, Г. Г. Гончар. – Минск: БГУ, 2003.

## **ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО СПЕЦИАЛИСТА В СФЕРЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА**

*А. Ф. Дрозд*

*Белорусский государственный университет,  
ул. Ленинградская, 20, 220030, г. Минск, Беларусь, drozd.bsu@mail.ru*

Автор статьи раскрывает особенности курса английского языка специальности для экономистов-менеджеров, подчёркивает необходимость сотрудничества с выпускающими кафедрами, описывает учебное пособие по маркетингу, которое способствует формированию конкурентоспособного специалиста в сфере международного туризма.

**Ключевые слова:** маркетинг; междисциплинарные связи; маркетинговая терминология; профессиональные компетенции.

## **FORMATION OF A COMPETITIVE SPECIALIST IN THE FIELD OF INTERNATIONAL TOURISM**

*A. F. Drozd*

*Belarusian State University,  
Leningradskaya str., 20, 220030, Minsk, Belarus, drozd.bsu@mail.ru*

The author reveals some features of English for Specific Purposes course for economists and managers and underlines the necessity of cooperation with the Departments which graduate students, describes the study manual on marketing, which contributes to the formation of a competitive specialist in the field of International Tourism.

**Key words:** marketing; interdisciplinary coordination; marketing terminology; professional competencies.

Процессы глобализации, происходящие в современном мире, определяют всё возрастающую значимость международного туризма и предъявляют всё возрастающие требования к подготовке специалистов данного профиля. Одним из важных компонентов этой подготовки является обучение языку специальности, который предусматривает

создание детализированного и вариативного учебного курса, способствующего формированию навыков работы с профессиональной информацией на английском языке с использованием элементов интенсивных методов обучения и инновационных технологий.

Как известно, язык специальности – это совокупность всех языковых средств, которые принимаются в ограниченной специальностью сфере коммуникации в целях обеспечения взаимопонимания занятых в этой сфере людей.

В этой связи преподавателям языка специальности необходимо вступать в сотрудничество с коллегами выпускающих кафедр, а также со студентами и магистрантами специальности сферы туризма, чтобы совместными усилиями успешно снимать трудности профессиональных вопросов на языке специальности.

Маркетинг – одна из основополагающих обязательных учебных дисциплин для управленцев различного уровня в сфере международного туризма. Маркетинг для менеджера в сфере международного туризма – это творческая деятельность в сфере управления и современный инструмент достижения коммерческих успехов.

Сегодня ФМО обладает уникальным опытом подготовки менеджеров в сфере туризма и преподавателями, продолжающими накапливать этот опыт.

При подготовке пособия была поставлена задача использования преимуществ регулярного чтения и перевода аутентичных текстов по теме "Маркетинг", чтобы в будущем развить ряд навыков для специалиста по международному туризму. Для того чтобы сосредоточить внимание студентов на извлечении и понимании информации, было сочтено целесообразным разработать серию предтекстовых и послетекстовых упражнений, включающих необходимые термины современного маркетинга. Данное учебное пособие — это английский для маркетологов, максимально специализированный, по сравнению с распространённым "бизнес-инглиш", в котором создаётся необходимое информационное пространство для совершенствования знания языка и навыков в сфере маркетинга.

Создание пособия вызвано необходимостью развития билингвистической компетенции, т.е. обучения активному пользованию маркетинговой терминологии на русском и английском языках при чтении профильной литературы, поиску нужных материалов в источниках и осуществлению эффективных коммуникаций в работе с иностранными партнёрами.

В основу пособия положен коммуникативно-познавательный метод обучения английскому языку: информационный пласт пособия органично связан с коммуникативным. Инновационность учебного пособия «Introduction to Marketing» заключается не столько в формах и видах работы с его материалом, сколько в разнообразии и логической последовательности этих видов и форм, что позволяет сделать его интересным и увлекательным для пользователей, мотивировать их активное участие в учебном процессе.

Оригинальная система упражнений к аутентичным текстам предусматривает акцент на внеаудиторной работе студента, активизирует работу смыслового компонента при аналитическом чтении, помогая сформировать собственную позицию в реальном деловом мире, проявить творческое мышление и овладеть маркетинговой терминологией на английском языке. А универсальность учебного пособия также заключается в том, что его легко можно дополнять как в рамках каждого из представленных разделов, так и дополнительными смежными темами. Это называется адаптированный материал в соответствии с интересами конкретно взятой аудитории, специализацией деятельности студентов.

Целью данного пособия является решение проблемы языкового барьера в английском языке для маркетолога, желающего участвовать в международных проектах, помочь достичь коммуникативной компетенции, достаточной для ведения профессиональной деятельности в иноязычной среде, а также для изучения зарубежного опыта в определённых маркетинговых операциях.

Анализ широкого спектра тем предполагает систематическое наращивание профессиональной языковой базы и реальное использование маркетинговой терминологии в общении; дальнейшее развитие трёх видов речевой деятельности (чтения, письма и говорения); грамотное составление и практическую отработку презентаций, расширение языкового кругозора студентов. Высокая концентрация профессиональной терминологии позволяет расширить активный и рецептивный словарный запас студентов и способствовать его усвоению и активизации.

Концепция предполагает реализацию междисциплинарных связей, представляющую собой двусторонний процесс. При составлении пособия учитывалось то обстоятельство, что ключевые темы тесно связаны с уже пройденным материалом знакомым студентам, что в значительной степени помогает развивать у них профессионально-значимые компетентности, которые им потребуются в дальнейшей работе с реальными ситуациями в бизнесе.

В каждом разделе имеется определенное количество текстов по теме, а также вопросы и задания для обсуждения прочитанного. В конце раздела даются идеи проектных заданий (как творческих, так и исследовательских), что позволяет глубже изучить тему и применить изученный материал на практике. Упор делается на развитие навыков работы со справочной литературой для получения языковой и профессиональной информации. То есть учебный материал не отделен от реалий делового общения, а присутствует непосредственно на примерах возможных задач в реальном деловом общении.

На профессиональном уровне студенты приобретают способность обрабатывать современные исходные данные по своим специальностям в соответствии с существующими мировыми стандартами, без которых на сегодняшний день не могут существовать специалисты. Необходимо заложить прочный фундамент для дальнейшего самостоятельного освоения полученных на этом этапе знаний и знакомства с зарубежным опытом.

Комплекс обучения направлен на объединение лексики, грамматики и фактологического материала. Упражнения для оригинальных текстов способствуют развитию различных техник чтения (визуальной, аналитической, обучающей) и скорочтения. Предлагаются упражнения для развития продуктивных навыков письма. Задачи подведения итогов исследования были направлены на расширение тематического словарного запаса и развитие речевых навыков. Предусматривается также выполнение реферативных переводов с английского на русский язык. Студенты учатся обобщать информацию, извлеченную из текста, в эссе и презентациях. Письменные задания направлены на развитие профессиональных навыков студентов, так как способность точно и ясно выражать свои мысли письменно в современном деловом мире, а также деловая переписка с иностранными клиентами и партнерами играют ключевую роль в достижении целей и получении реальной прибыли от бизнеса.

Пособие полностью ориентировано на коммуникативно-действенный подход, который предполагает развитие навыков для различных видов работы с профессиональной информацией.

Помимо языковой подготовки, обучение имеет образовательные и воспитательные цели: расширение кругозора учащихся, повышение уровня культуры мышления, общения и речи. Задача – сформировать когнитивные и коммуникативные способности, т.е. когда английский в первую очередь воспринимается как средство общения, является средством информации, суждения, оценки и актуализации междисциплинарных отношений.