

**BASIC ASPECTS OF TEACHING «BUSINESS ENGLISH»
AS AN ACADEMIC DISCIPLINE IN THE WORKS OF UKRAINIAN
AND WESTERN SCHOLARS**

Tymchyk Maryna,

Higher Educational Establishment «Uzhhorod National University», Uzhhorod, Ukraine

ORCHID ID 0009-0001-9763-3378

Corresponding author: maryna.tymchyk@uzhnu.edu.ua

Abstract. The article discusses the peculiarities of teaching the «Business English» course and the approaches of Ukrainian and Western researchers in their exploration. It is established that the discipline of Business English is a unity of three components: teaching, the English language itself, and awareness of terminology and professional features of business communities. It is clarified that modern teaching methods include creating an atmosphere in which students feel comfortable and relaxed, stimulating their interests and creative abilities, and activating their skills to analyze various situations during the learning process of the English language.

Studying «Business English» as an academic discipline includes a comprehensive process that encompasses not only language skills but also the development of abilities required for conducting business at an international level. Students must master the specific vocabulary of international business communication, understand the cultural and professional features of business communities, and acquire the skills to write business letters, conduct negotiations, participate in conferences, work with financial documents, and prepare reports. It is essential to apply the language in various business situations, such as contract negotiations or cooperation with international partners, as well as to communicate effectively with representatives from different cultures while maintaining business etiquette and resolving intercultural challenges. Active learning methods used in the study of Business English are characterized by promoting cognitive activity among students. They are based on dialogue, meaning a free exchange of ideas regarding the possible solutions to tasks and situations, and they are marked by a high level of engagement from learners.

The article emphasizes the challenges and difficulties faced by lecturers and teachers in the process of teaching foreign languages. It also discusses the importance of integrating innovative approaches and technologies into the learning process to enhance the effectiveness of teaching and the development of students' communicative skills in the business field.

Keywords: business English, business communication, Lingua Franca, lecturer, methods of teaching, business education, professional activity, students.

Received: 11 July 2024

Revised: 18 July 2024

Accepted: 26 July 2024

How to cite: Tymchyk M. (2024). Basic Aspects of Teaching «Business English» as an Academic Discipline in The Works of Ukrainian and Western Scholars. *Philological Treatises*, 16(2), 180-194 [https://www.doi.org/10.21272/Ftrk.2024.16\(2\)-18](https://www.doi.org/10.21272/Ftrk.2024.16(2)-18)



Copyright: © 2024 by the authors. For open-access publication within the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-Noncommercial 4.0 International License (CC BY-NC)

**ОСНОВНІ АСПЕКТИ ВИКЛАДАННЯ ПРЕДМЕТУ
«ДІЛОВА АНГЛІЙСЬКА МОВА» У ПРАЦЯХ УКРАЇНСЬКИХ
ТА ЗАХІДНИХ НАУКОВЦІВ**

Тимчик Марина,

Ужгородський національний університет», Ужгород, Україна

ORCID ID 0009-0001-9763-3378

Автор, відповідальний за листування: maryna.tymchyk@uzhnu.edu.ua

Анотація. У статті розглядаються особливості викладання курсу «Ділова англійська мова» та підходи українських та західних дослідників до їх висвітлення. Встановлено, що дисципліна ділової англійської є єдністю трьох складових – викладання, самої англійської мови та обізнаності із термінологією та професійними особливостями бізнес-спільнот. З'ясовано, що сучасні методи навчання включають створення атмосфери, в якій студенти почуваються комфортно та невимушено, стимулюють їх інтереси та творчі здібності, активізують уміння аналізувати різноманітні ситуації в процесі вивчення англійської мови.

Вивчення «Ділової англійської» є комплексним процесом, що охоплює не лише мовні засоби, але й розвиток навичок для ведення бізнесу на міжнародному рівні. Студенти повинні освоїти специфічний вокабуляр міжнародної бізнес-комунікації, вивчити особливості культур і професій бізнес-спільнот, вміння писати ділові листи, вести переговори, брати участь у конференціях, працювати з фінансовими документами та складати звіти. Важливо вміти застосовувати мову у різних бізнес-ситуаціях, таких як укладання контрактів чи співпраця з міжнародними партнерами, а також ефективно комунікувати з представниками різних культур, зберігаючи діловий етикет і вирішуючи міжкультурні труднощі. Охарактеризовано активні методи навчання під час вивчення ділової англійської мови, що сприяють пізнавальній активності студентів. В їх основу покладений діалог, тобто вільний обмін думками щодо можливості вирішення поставлених завдань та ситуацій, та характеризуються високим рівнем активності тих, хто навчається.

Акцентовано увагу на труднощах та викликах, які постають перед викладачем у процесі викладання іноземної мови. Розглянуто важливість інтеграції інноваційних підходів та технологій в навчальний процес для підвищення ефективності навчання та розвитку комунікативних навичок студентів у сфері бізнесу.

Ключові слова: ділова англійська мова, ділова комунікація, міжнародна мова, мова бізнесу, викладач, методи викладання, бізнес-освіта, професійна діяльність, студенти.

Отримано: 11 липня 2024 р.

Отримано після доопрацювання: 18 липня 2024 р.

Затверджено: 26 липня 2024 р.

Як цитувати: Тимчик М. (2024). Основні аспекти викладання предмету «Ділова англійська мова» у працях українських та західних науковців. *Філологічні трактати*, 16(2), 180-194 [https://www.doi.org/10.21272/Ftrk.2024.16\(2\)-18](https://www.doi.org/10.21272/Ftrk.2024.16(2)-18)

Вступ

Україна здійснила свій цивілізаційний вибір, ставши на шлях входження в Європейський союз – об'єднання країн з розвиненими, а отже й з одними найзаможнішими, економіками світу, що цілковито відповідає інтересам нашої держави, оскільки фактично приведе її на новий, найвищий у сучасному світі, рівень розвитку людської цивілізації.

Без сумніву фундаментом сталого розвитку як стратегії європейської та євроатлантичної інтеграції України слід визнати освіту. Тому входження української освітньої системи в європейський освітній простір має надзвичайно важливе значення.

Європейська інтеграція України зумовлює зростаючу потребу у підготовці конкурентоспроможних фахівців, здатних ефективно працювати в сфері бізнесу та торгівлі. Такі фахівці мають вільно володіти іноземними мовами, особливо

англійською, яка є мовою міжнародного спілкування, а також демонструвати здатність до продуктивної комунікації та співпраці із закордонними партнерами.

Дослідження багатьох українських учених (Гаєва, 2021; Долинський, 2021; Самонено, 2021; Шевчук, 2023) підтверджують, що успіх діяльності компаній багато в чому залежить від здатності налагоджувати та підтримувати дружні, ділові й партнерські взаємини. У зв'язку з цим важливим завданням є розвиток у студентів навичок ділової комунікації, яка виступає ключовою основою для ефективної професійної діяльності. Володіння діловою англійською мовою стає необхідним інструментом для досягнення цих цілей, сприяючи інтеграції компаній до міжнародного бізнес-середовища.

Навчання іноземних мов в Україні здійснюється з урахуванням основних досягнень європейських країн у цій галузі та відповідно до таких міжнародних освітніх документів, зокрема: «Загальноєвропейських рекомендацій з мовної освіти» (CEFR) 2001 р.; «Рекомендаціях Європейського Парламенту та Ради Європи щодо ключових компетентностей для освіти впродовж життя» 2008 р.; «Європейських стандартах і рекомендаціях для гарантії в якості вищої освіти» 2015 р. (Долинський, 2021, с. 26–27)

З огляду на недостатність вивчення обраної проблеми та її актуальність **метою даної статті** є аналіз особливостей та важливих аспектів викладання предмету «Ділова англійська мова» у працях українських і західних науковців.

Матеріали та обговорення

Аналіз сучасних досліджень і публікацій показує, що якість вищої освіти значною мірою залежить від рівня володіння іноземною мовою випускників закладів вищої освіти. На думку провідних вітчизняних учених, таких як Андрущенко В., Бех П., Зязюн І., Кремінь В., Онкович Г., Редько В. та інші, опанування іноземної мови є критичним фактором для формування висококваліфікованих фахівців (Долинський, 2021).

Особливу увагу дослідники приділяють вивченню іноземної мови як засобу професійного спілкування. Так, аспекти навчання англійської мови для професійних цілей розглядаються у працях таких дослідників: Белоусова С., Врабель Т., Гаєва П., Дегтярьова Ю., Долинський Є., Дробіт І., Кожушко О., Коломієць С., Межуєва І., Мірошніченко О., Олейнікова О., Саєнко О., Симоненко Н., Сироміля Н., Устименко Н., Шевченко І., Ягельська Н., та інших. Однак, як зазначають дослідники, рівень володіння іноземною мовою серед випускників ЗВО часто не відповідає сучасним вимогам ринку праці, що може ускладнювати їхнє успішне працевлаштування (Гаєва, 2021, с. 108).

Щоб усунути ці недоліки, важливо переймати успішний досвід європейських країн, де система освіти та підготовка фахівців характеризуються високим рівнем розвитку. Вивчення цього досвіду знайшло своє відображення у наукових працях таких дослідників, як Браун Г., Вакалюк Т., Вільямс М., Гібсон Р., Гринюк Г., Елліс М., Максименко О., Мисечко О., Мета Х., Морська Л., Петрашук О., Річардс Дж., Шарма П., Штохман Л. та інших. Упровадження їхніх напрацювань може сприяти підвищенню ефективності вивчення іноземних мов і відповідати актуальним потребам української освіти та економіки.

Попри значний масив публікацій є підстава стверджувати, що ділова англійська, однак, є сферою, яку часто оминають своєю увагою дослідники, надаючи перевагу вивченню тих галузей англійської, де можливо чітко визначити їх межі та специфіку (Ellis, 1994).

Результати дослідження

Спершу варто розглянути тлумачення терміну «*Business English*» у словнику MerriamWebster (Із словника MerriamWebster), яке має два основні значення: 1. English as used in business, specifically : the study and practice of composition with emphasis on correctness, propriety, spelling, punctuation, and the forms of business correspondence;

2. English as taught in non-English-speaking countries in courses that emphasize its commercial rather than its cultural importance and that are normally designed to produce conversational fluency within a limited vocabulary.

Наступний популярний термін, який використовується у сфері бізнесу, є «*Lingua franca*» (n.) (often capitalized 1619): 1. a common language consisting of Italian mixed with French, Spanish, Greek, and Arabic that was formerly spoken in Mediterranean ports;

2. any of various languages used as common or commercial tongues among peoples of diverse speech

Ex. English is used as a lingua franca among many airline pilots.

3. something resembling a common language

Ex. movies are the lingua franca of the twentieth century.

Розглянемо ще один суміжний термін у тлумачному словнику, а саме «*Interlanguage*» (n) : language or a language for [international](#) communication.

Отже, ці терміни окреслюють основи для розуміння комунікації у глобалізованому світі, де мовне середовище стає багатомовним, а ефективне спілкування залежить від здатності адаптуватися до міжкультурних та лінгвістичних викликів. Всі ці поняття відіграють ключову роль у забезпеченні продуктивної співпраці та обміну інформацією у міжнародних бізнес-процесах.

На думку науковців (Пивоваров, Савченко, Калашник, с. 9) «*діловою мовою*», називають відгалуження літературної мови, яке забезпечує писемне й усне спілкування на офіційно-діловому рівні. Її ключовими ознаками є використання спеціальної лексики, таких як канцеляризми та мовні штампи, регламентована побудова речень і стандартизовані форми викладу. У межах офіційно-ділового стилю виділяється «*ділова лексика*», що складається з термінів, сталих зворотів і стандартних виразів, які використовуються в офіційних документах, а також у діловій практиці. Ця лексика відзначається точністю і забезпечує однозначне сприйняття інформації (З енциклопедії, 2000).

Таким чином, можна зробити висновок, що «*ділова англійська мова*» — це специфічний різновид англійської, адаптований для застосування в бізнес-контекстах, таких як міжнародна торгівля, фінанси, страхування, банківська справа та інші сфери професійної взаємодії. Її основними характеристиками є дотримання стандартів чіткості, структурованості, використання спеціалізованої лексики та граматичних конструкцій, що відповідають вимогам ділового середовища.

Ця форма англійської мови є частиною сфери «Англійська для спеціальних цілей» (English for Specific Purposes), що робить її одним із ключових інструментів у міжкультурній професійній комунікації. Її вивчають переважно не носії мови, які прагнуть працювати або співпрацювати з англомовними партнерами чи організаціями, а також у ситуаціях, коли англійська виступає як спільна мова спілкування (*lingua franca*).

Додатково варто зазначити, що англійська мова є найпоширенішою у сфері міжнародного бізнесу, де, за оцінками, понад 75% бізнес-комунікацій відбувається між людьми, для яких англійська не є рідною мовою (Із вебсайту EnglishCub). Це підкреслює її універсальність та важливість для сучасної глобалізованої економіки

Тож ділова англійська мова не лише полегшує взаємодію між представниками різних країн, але й сприяє розвитку міжнародного партнерства та взаємовигідних відносин.

Відома британська науковиця Хелен Мета слушно зауважує, що поряд із численними позитивними аспектами опанування мови виникають і певні труднощі (Richards, Rodgers, 2001), які впливають на перебіг вивчення ділової англійської мови протягом навчального процесу. Позитивною стороною для викладача є те, що він отримує можливість поглибити свої знання у новій для нього сфері бізнесу, однак з іншого – процес опанування раніше невідомих концепцій і термінології може бути доволі складним і потребувати значних зусиль. Важливою складовою бізнес-курсу є

також добір відповідних матеріалів з бізнес-тематики та урахування специфіки, інтересів цільової аудиторії, а це є складним і відповідальним завданням для викладача.

Цей висновок ґрунтується на соціологічному опитуванні педагогічних працівників, перед якими було поставлено завдання дати визначення діловій англійській мові. Результати опитування вказують на те, що у термін «Business English» входять не тільки комунікативні навички мови, а й розуміння етикету, слідування правил поведінки, культури та етнопсихології (Richards, Rodgers, 2014). Головним аспектом бізнес комунікації постає підготовка презентацій, практика ведення переговорів та зборів, бізнес-зустрічі, працевлаштування. Однак чіткі межі між англійською як «lingua franca» та загальною англійською мовою дещо змінюються. Зростає необхідність вивчення мови саме як технічної.

Ділова англійська мова є невід'ємною частиною щоденного спілкування у професійному середовищі, охоплюючи письмову, усну та телефонну комунікацію з колегами, клієнтами і партнерами.

Викладачі іноземних мов часто працюють із текстами офіційно-ділового, публіцистичного і наукового стилів, причому значну увагу приділяють документам офіційно-ділового стилю. До таких текстів належать ділові листи, договори, контракти, угоди, ділові записки. Ділові листи часто включають традиційні шаблони зачину «Dear Sirs/Gentlemen» «Dear Sir (Madam)», «Dear Mr... (Mrs...)», «Dear Miss...» «Dear Ms...», рідко «Messrs» та завершення «Yours faithfully», «Yours sincerely», «Sincerely yours», «Respectfully yours», «With best regards» та ін.

У значному масиві інформаційних матеріалів особливе місце займають довідково-інформаційні документи, зокрема факси, електронні повідомлення, меморандуми, протоколи та телефонограми, які забезпечують ефективну інформаційну взаємодію.

Не можемо не погодитися із класифікацією поданою Шевчук С., який поділяє ділові документи на: 1) організаційно-розпорядчі (організаційні: положення, інструкції, правила, статuti, тощо); 2) розпорядчі: постанови, рішення, розпорядження, вказівки тощо); 3) довідково-інформаційні (довідки, протоколи, акти, пояснювальні й службові записки, службові листи, відгуки, плани роботи, телеграми, телефонограми, звіти, доповіді тощо); 4) кадрово-контрактні або щодо особового складу (заяви, накази по особовому складу, особові картки, трудові книжки, характеристики тощо); 5) обліково-фінансові, господарсько-договірні та ін. [Шевчук, 2003, с. 18–19].

Практика викладання ділової англійської мови підтверджує слушність точки зору Долинського Є., згідно з якою «Ділове листування – це узагальнена назва різних за змістом документів, що виступають інструментом оперативного інформаційного обміну між організаціями, а його змістом можуть бути запити, повідомлення, угоди, претензії, нагадування, вимоги, роз'яснення, підтвердження, прохання тощо» (Долинський, 2021, с. 35).

Таким чином, лист є одним із найпоширеніших засобів комунікації та важливою формою документації. Листи відіграють важливу роль у налагодженні офіційних контактів між підприємствами, організаціями, установами та іншими закладами. Основна мета службових листів полягає у передачі інформації, переконанні, наданні роз'яснень або спонукання адресата до виконання певних дій. За функціональним призначенням вони класифікуються на ті, що вимагають відповіді, та ті, що її не передбачають. У табл. 1 наведемо основні типи таких листів (Із вебсайту StudFiles).

Табл.1. Класифікація листів за функціональним призначенням

| Листи, що вимагають відповіді | Листи, що не потребують відповіді |
|-------------------------------|-----------------------------------|
|-------------------------------|-----------------------------------|

| | |
|---|---|
| Запит (Inquiry) - лист із проханням надати інформацію про товар, послугу або умови співпраці. | Повідомлення (Notification) - лист, що інформує про певну подію, рішення або факт без потреби відповіді. |
| Претензія (Claim) - лист, у якому висувається претензія щодо отриманого товару або послуги. | Подяка (Thank-you Letter) - лист із вдячністю за надану послугу, співпрацю або подарунок. |
| Пропозиція (Proposal) - лист із проханням надати пропозицію на виконання певної роботи або постачання товару. | Рекомендаційний лист (Recommendation Letter) - лист, що надає позитивну характеристику особі чи організації. |
| Запрошення (Invitation Letter) - лист із проханням підтвердити участь у заході чи зустрічі. | Лист-нагадування (Reminder Letter) - лист із нагадуванням про наближення термінів виконання зобов'язань. |
| Лист із запитом про надання документації (Request for Documentation Letter) - лист, у якому адресат запитується про надання певних документів необхідних для подальшої роботи чи прийняття рішення | Лист з оголошенням (Announcement Letter) - лист, що містить оголошення про подію, зміну графіка або інші зміни, що не потребують відповіді. |
| Лист із проханням про уточнення умов договору (Request for Clarification of Contract Terms Letter) - такий лист надсилається для уточнення умов, що стосуються співпраці, контракту чи угоди. | Лист-підтвердження реєстрації (Registration Confirmation Letter) - лист, який підтверджує отримання певних документів або матеріалів без необхідності відповіді. |

Отже, ділові листи, що вимагають відповіді, спрямовані на початок або продовження комунікації, тоді як листи, що її не передбачають, мають лише інформативну або завершальну функцію. Розуміння цієї класифікації допомагає обрати правильну тональність та структуру ділового листування.

Дидактичні принципи організації процесу англomовного ділового листування докладно висвітлено в дисертаційному дослідженні Самоненко Н. Вони слугують основою для визначення змісту, форм і методів навчання, забезпечуючи його відповідність загальним цілям та закономірностям. У контексті організації будь-якого навчального процесу, зокрема вивчення іноземної мови, на думку дослідниці, до таких принципів належать: взаємозв'язок виховання та навчання, наочність у його поданні, послідовність викладання, доступність для засвоєння, а також міцність запам'ятовування. Додатковими принципами є: правомірність переходу до вивчення нового мовного та мовленнєвого матеріалу лише за умов повного опанування попереднього; актуальність і змістовність навчальної діяльності; принцип інтегрованого навчання (Самоненко, 2021, с. 90–91).

Західні експерти (Guffey, Loewy, 2018; Taylor, 2012) виділяють наступні елементи листа міжнародного зразка:

1) *Letter head /The heading /Sender's address* (includes the company's name and address, telephone/fax number, telex code, e-mail).

2) *The date* (date/month/year - BE; month/date/year- AE).

3) *The inside address /recipient's address* (the name and official title, the number of the office, street, code of the city, the country).

4) *The reference and the subject line /téma* (the subject line appears below the reference).

5) *The salutation /Greeting* (Dear Sir/Madam and so on).

6) *Body of the letter:*

Opening: give your reason for writing.

Focus: provide details about why you are writing.

Action: tell what will happen next .

Closing: thank the reader.

7) *The complimentary close* (British style -Yours faithfully, Yours sincerely;
American style - Sincerely yours, Yours truly).

8) *The signature* (the name of the person who is signing the letter, placed on the left side)

9) *Enclosure* (Enc. or End.- to indicate that the document is enclosed with the letter).

10) *Copies* (to indicate that the letter is being sent to additional recipients besides the primary addressee).

11) *Postscripts* (P.S. - a short message added after the main body of the letter, to emphasize a key point, add a personal note, or include information overlooked in the main text).

Однак, до прикладу, відома дослідниця Кнодель Л. (Кнодель, 2019, с. 75) подає дещо іншу послідовність структури ділового листа:

1. *The Date.*

2. *The Inside Address and Sender's Address* (the inside address is written below the sender's address and on the opposite side of the page).

3. *The Opening Salutation*

4. *The Subject Heading.*

5. *The Opening Paragraph.*

6. *The Body of the Letter.*

7. *The Closing Paragraph.*

8. *The Complimentary Closing.*

9. *The Signature.*

10. *Enclosures.*

11. *Postscripts and Copies.*

Отже, існують загальноприйняті правила написання ділових листів, які визначають їхню структуру, тональність і формат. Водночас спостерігаються певні відмінності, зумовлені культурними, мовними та професійними особливостями. Ці специфічні нюанси можуть стосуватися використання стандартних фраз, оформлення контактних даних, форм звертання, а також вимог до змісту та стилю залежно від галузі або регіону. Врахування таких особливостей сприяє ефективній комунікації та досягненню мети листування.

Щоб досягти належного рівня ефективності у діловому листуванні, важливо також розвивати мовленнєві навички, які дозволять підлаштовуватись до специфіки комунікації у різних культурних та професійних середовищах. Одним із ключових компонентів підготовки до написання листів є розвиток умінь роботи з текстами, оскільки вони забезпечують розуміння контексту та правильний вибір формулювань.

Українські науковці (Белоусова, 2011; Дегтярова, 2006) обґрунтовують тезу, що навчання як вид мовленнєвої діяльності включає такі основні стратегії читання:

1. **Skimming** — для розуміння основного змісту тексту.

2. **Reading for detail** — для повного та детального розуміння тексту.

3. **Scanning** — використовується для пошуку конкретної інформації.

Застосування цих стратегій сприяє підвищенню якості роботи з інформацією, що особливо важливо у процесі підготовки ділових текстів, адаптації матеріалів до потреб аудиторії та забезпечення максимальної зрозумілості й чіткості комунікації.

Успішна міжнародна комунікація вимагає не лише знання термінології та лексики, а й умінь ефективно працювати зі спеціалізованими текстами. При доборі текстів для дисципліни «Ділової англійської мови» необхідно враховувати кілька

ключових аспектів: зміст, інформативність та відповідність професійним інтересам аудиторії. Це не лише полегшує засвоєння матеріалу, але й сприяє мотивації до самостійного навчання. Матеріал має бути достатньо пізнавальним, містити актуальну інформацію за фахом і бути обсягом 1500–2000 друкованих знаків. У цьому контексті західні автори (Guariento, 2001, р. 352) стверджують, що у разі потреби тексти можна адаптувати, зберігаючи їхню наближеність до автентичних джерел. Дж. Гармер (Harmer, 2001, р. 70–71) визначає ключові принципи навчання читанню, які враховують як когнітивні, так і мотиваційні аспекти цього процесу:

1. Читання як активна навичка: воно потребує не лише механічного опрацювання тексту, але й активного залучення уваги, критичного мислення та аналітичного підходу для розуміння контексту та підтексту.

2. Відповідність тематики: тексти мають бути цікавими, релевантними для професійних або навчальних потреб аудиторії, що сприяє підвищенню мотивації та створює зв'язок із реальними ситуаціями.

3. Функціональність завдань: вправи для опрацювання тексту повинні відповідати його змісту та меті читання. Завдання мають бути структурованими так, щоб сприяти осмисленню тексту, розвитку мовленнєвих навичок і збагаченню лексичного запасу

4. Контекстуальність: тексти повинні бути максимально автентичними або наближеними до реальних умов використання мови, що дозволяє розвивати практичні навички, необхідні у професійній діяльності.

5. Комплексний підхід: читання слід супроводжувати передтекстовими, притекстовими й післятекстовими завданнями, які допомагають осмислити інформацію, визначити ключові ідеї, а також засвоїти нові лексичні й граматичні конструкції.

Робота з професійно орієнтованими текстами, включаючи тексти необхідні для опанування предмету ділова англійська мова, забезпечує практичну спрямованість навчання, підготовку до реальних професійних ситуацій, успішній інтеграції студентів у міжнародне бізнес-середовище та кращій мотивації у навчанні.

У вивченні англійської мови застосування різноманітних методів та підходів відіграє важливу роль у підвищенні ефективності навчального процесу, а також вони є тісно пов'язані із психологією. Розглянемо детальніше основні методи та їх переваги:

1. Метод «тихого» навчання (Silent way). Заснований К. Гаттеню, цей метод зосереджений на мінімізації мовлення викладача під час занять, що стимулює студентів до активного мислення, концентрації та самостійного пошуку рішень. Він сприяє розвитку внутрішньої мотивації та самостійності, а також ефективному використанню дидактичного матеріалу.

2. Метод сугестопедії. Основна ідея методу полягає у розкритті резервних можливостей особистості через віру в успіх кожного студента, авторитет викладача та високо мотивовану діяльність. Метод базується на творчій взаємодії, що сприяє емоційному залученню студентів і стійкому засвоєнню знань.

3. Метод «громади» (Community Language Learning). Розроблений Ч. Курраном, цей метод ставить акцент на активну участь студентів у визначенні змісту навчання та виборі оптимального темпу й режиму роботи. Викладач виступає у ролі ментора, що сприяє зниженню стресу та підвищенню самостійності студентів. Метод орієнтований на створення атмосфери довіри та співпраці, що полегшує засвоєння матеріалу.

4. Комунікативний метод. Цей підхід спрямований на інтегрований розвиток усіх мовленнєвих умінь. Завдання викладача полягає у створенні реалістичних, емоційно забарвлених ситуацій, які стимулюють спілкування іноземною мовою, занурюють студентів в атмосферу живого мовлення та сприяють природному засвоєнню лексики й граматики ділового спілкування. Такі ситуації мають відображати реальні життєві або професійні контексти, що допомагає студентам краще інтегрувати нові знання у практичне використання. Важливим елементом є мотивація до активної

участі, яка забезпечується через цікаві завдання, дискусії, рольові ігри чи симуляції, що відповідають інтересам і потребам студентів.

5. Теорія множинного інтелекту та диференційоване навчання. У контексті вивчення іноземної мови теорія множинного інтелекту інтегрується з принципами диференційованого навчання. Це забезпечує адаптацію навчального процесу до індивідуальних потреб і здібностей учнів, полегшує досягнення навчальних цілей та сприяє розкриттю їхніх резервів. Організація процесу з урахуванням індивідуальної особистості учнів забезпечує успішне навчання через застосування та підбір інноваційних методів і засобів.

Важливо зазначити, що у практиці навчання студентів різних спеціальностей, крім традиційних методів, поширені й активні методи навчання. Загальноприйнятою є думка, що такі методи навчання не лише сприяють розвитку когнітивних здібностей студентів, але й заохочують активну взаємодію між викладачем і студентами, а також між самими студентами. Інтерактивні методи особливо цінуються за їх здатність створювати сприятливе середовище для спілкування, обміну досвідом і побудови навчального діалогу, що активізує критичне мислення та формує комунікативну компетентність. Такі методи створюють єдиний комунікаційний простір, у якому учасники активно долучаються до обговорення, формуючи власні мовні дії. Інтенсивність професійного спілкування досягається завдяки використанню різноманітних форм подачі матеріалу, включаючи дискусії, симуляції та колективні обговорення. Це дозволяє не лише опанувати мовні навички, але й розвивати здатність критично мислити та ефективно взаємодіяти у команді.

На труднощах, з якими зіштовхується педагог у процесі викладання ділової англійської мови, наголошують деякі із західних дослідників (Richards, Rodgers, 2014; Nyland, 2006). Основна складність полягає в інтеграції трьох ключових елементів курсу: викладання самої мови, ознайомлення з термінологією та врахування професійних особливостей бізнес-спільнот. На думку британського науковця П. Шарми, ця обставина породжує низку суперечливих аспектів у викладанні англійської мови (Sharma P.).

Дослідник радить викладачу адаптувати підручник, забезпечуючи студентів відповідними додатковими матеріалами від Longman, Oxford University Press, Macmillan, British Council та ін. Таким чином, роль викладача полягає не лише у передачі знань, але й у забезпеченні навчального процесу максимально актуальними та відповідними до реалій світового бізнесу матеріалами. Викладач сам вирішує, чи буде обраний підручник визначати методологію викладання, чи навпаки - методичний підхід диктуватиме вибір підручника.

Британський дослідник Піт Шарма зазначає, що в умовах стрімкого розвитку інформаційних технологій термін «підручник» вже не повною мірою відображає інструменти, які використовують викладачі ділової іноземної мови. Тобто, сучасний викладач покладається не лише на традиційні друковані видання, але й активно застосовує електронні ресурси, інтерактивні платформи чи веб-уроки (Sharma P.). Ці цифрові матеріали дозволяють адаптувати навчальний процес до потреб сучасності, забезпечуючи гнучкість у викладанні та доступ до актуальної інформації. Веб-уроки, наприклад, відкривають нові можливості для інтерактивної взаємодії зі студентами, створюючи умови для практичного застосування ділової англійської мови в реалістичних ситуаціях. Таким чином, підхід до використання навчальних ресурсів значно розширюється, підкреслюючи важливість мультимедійної інтеграції у процес навчання.

Піт Шарма звертає увагу на ще один суперечливий аспект викладання ділової англійської - різницю у рівні професійної обізнаності між учителями-мовниками та викладачами-тренерами бізнес-шкіл, які займаються підготовкою менеджерів. Як приклад, вчителі англійської мови часто змушені навчати створенню ефективних презентацій або інших бізнес-умінь, не маючи достатньої підготовки у цій сфері.

Крім того, важливим компонентом курсу ділової англійської П. Шарма (Sharma P.) вважає крос-культурну обізнаність. Викладач курсу повинен враховувати крос-культурний елемент як необхідну складову ефективного навчання, адже комунікація у міжнародному бізнесі нерозривно пов'язана з розумінням культурних відмінностей.

Науковці підкреслюють, що для ефективної ділової комунікації викладач повинен поєднувати знання англійської мови з основами економіки, бізнесу та права. Водночас особливу увагу слід приділяти міжкультурним аспектам, зокрема відмінностям у культурних цінностях і національному характері партнерів по комунікації, які впливають на їхню поведінку. Як зазначає Долинський Є., розвиток міжкультурних навичок дає змогу впевнено й адекватно діяти в умовах комунікації з представниками інших культур, забезпечуючи комфортність взаємодії та уникнення непорозумінь (Долинський, 2021, с. 35).

Водночас у педагогічних колах тривають дискусії щодо того, яка лексика має входити до курсу ділової англійської мови. Знання про потреби студентів, зокрема, як саме вони будуть використовувати англійську (підготовка презентацій, участь у конференціях, ведення переговорів, дебатів тощо), а також розуміння їхньої професійної сфери й інтересів, є критично важливими для формування релевантного змісту курсу. Як зазначає Х. Мета, ефективність навчання значно зростає, коли курс адаптовано до конкретних потреб і завдань студентів, а викладач володіє необхідними міждисциплінарними знаннями для забезпечення якісної підготовки (Mehta H.).

Таким чином, викладання ділової англійської вимагає не лише знання мови, але й поглибленої підготовки у сфері бізнес-комунікації, а також обережного та об'єктивного підходу до міжкультурної взаємодії.

Дослідження західних науковців переконують у тому, що за умови спільної роботи студентів у малих групах помітно покращуються результати навчання та ставлення до нього студентів, підвищується їх вмотивованість (Richards, Rogers, 2001, p. 25).

Рівень мотивації студентів значною мірою визначається їхніми очікуваннями, тобто тими причинами, які спонукають до вивчення ділової англійської мови. Як зазначають експерти (Ellis, 1994; Frendo, 2005), цей рівень зазвичай вищий, ніж у випадку вивчення загальної розмовної мови, оскільки потреби у професійній комунікації створюють сильнішу внутрішню зацікавленість.

Проте відсутність видимого прогресу може стати серйозним демотивуючим фактором як для студентів, так і для викладачів. Нестача результатів знижує впевненість у досягненні мети, що, своєю чергою, може негативно вплинути на якість навчального процесу. Низький рівень мотивації є однією з основних причин невдач у навчанні, адже він прямо корелює із зменшенням зусиль та інтересу до вивчення предмета.

У полі зору дослідників П. Урра, М. Вільямса та Р. Бурдена опинилася особлива специфіка, яку надає робота в групах вивчення іноземної мови. Причини для цього, згідно з їхніми висновками є дві.

Перш за все, використання таких педагогічних технологій сприяє розвитку мовленнєвих умінь студентів, по-друге, формує навички адекватного сприйняття партнерів по комунікації. Як зазначають дослідники [Ur, 1996; Williams, Burden, 1997], правильний добір учасників групи відіграє важливу роль у груповій роботі, дозволяючи студентам вести діалоги зі своїми партнерами без безпосереднього контролю з боку викладача. Це, своєю чергою, сприяє створенню атмосфери рівності та невимушеності, що підвищує ефективність взаємодії учасників навчального процесу.

Відомий американський науковець Крістал Д. (Crystal, 2007) у своїй праці «*Language and the Internet*» обґрунтовує ключові причини використання Інтернету для вивчення іноземних мов :

1.Лінгвістична природа онлайн-комунікації. Вона є важливим інструментом для вдосконалення мовних навичок, оскільки дозволяє студентам практикувати реальне спілкування в різних контекстах.

2.Розвиток писемного мовлення. Онлайн-ресурси створюють сприятливе середовище для формування навичок письма, забезпечуючи аудиторію, з якою можна взаємодіяти.

3.Зростання мотивації. Онлайн-комунікація значно підвищує інтерес студентів до вивчення мови, оскільки дозволяє працювати з автентичними матеріалами та брати участь у реальних мовленнєвих ситуаціях.

4.Ефективність часу. Проведення часу в Інтернеті, за словами вченого, має додаткову перевагу: студенти отримують більше можливостей для інтерактивного навчання, що позитивно впливає на загальний рівень володіння мовою.

Варто зазначити, що правильне використання Інтернету не лише модернізує процес навчання, але й створює умови для ефективної мовної практики та підвищення зацікавленості студентів.

Водночас українські дослідники (Федоренко, 2008; Межуєва, 2019) звертають увагу на певні труднощі, які виникають під час використання даних інтернет-ресурсів:

- Складність сприйняття на слух.** На відміну від письмового мовлення, розуміння аудіоматеріалу потребує значно більше зусиль, оскільки студенти не можуть одразу звернутися до словника для уточнення значення слів. Тому важливо ретельно підбирати контент, щоб він відповідав рівню мовної підготовки студентів.

- Необхідність систематизації.** Аудіо- та відеоматеріали повинні використовуватися на постійній основі, а їхній вибір має бути ретельно обґрунтованим. Лише добре продумані й адаптовані ресурси сприяють розвитку мовленнєвих умінь, а також формуванню соціокультурної та соціолінгвістичної компетенцій студентів.

- Підготовка та адаптація матеріалів.** Як зазначає І. Межуєва, використання інтернет-ресурсів для навчання ділової англійської мови вимагає від викладача значної підготовчої роботи. Матеріали потрібно не лише збирати та систематизувати, але й адаптувати до рівня володіння мовою студентів. У деяких випадках доцільно створювати на їх основі вторинні тексти, які будуть простішими для сприйняття (Межуєва, 2019, с. 124–125).

Слушні міркування та методологічні поради щодо необхідності та корисності встановлення зворотного зв'язку у процесі викладання ділової англійської мови висловлює американський вчений Д. Браун. На його переконання забезпечення зворотного зв'язку між тими хто викладає, і тими, хто навчається, є можливим передусім шляхом підготовки відповідних завдань, а так зване «навчання у співпраці» є запорукою його результативності. Д. Браун пропонує замінити традиційні форми оцінювання, такі як тести й іспити, на самоконтроль, зокрема через використання вправ для самодіагностики та перевірки рівня сформованості навичок (Brown, 2007). У цій ситуації викладач відіграє роль наставника, який:

- допомагає студентам визначати персональні цілі для подальшого розвитку;
- мотивує їх досягати нових здобутків;
- підтримує процес навчання, орієнтуючись на індивідуальні потреби.

Такий підхід сприяє підвищенню внутрішньої мотивації студентів, дозволяючи їм краще усвідомлювати власний прогрес.

Висновки та перспективи

Студіювання значного масиву праць українських та західних науковців дає змогу зробити такі висновки та узагальнення. Навчання ділової англійської мови поряд із рядом позитивних особливостей (викладач має можливість опанувати нову і цікаву для себе сферу ділового світу тощо) має свої труднощі (необхідність вивчення нових

термінів та понять; ретельний підбір матеріалів з бізнес-тематики з огляду на цільову аудиторію навчального курсу, знання культурних особливостей бізнес-партнерів тощо). Іншими словами, викладання курсу «Ділова англійська мова» є процесом складним: 1) Оволодіння англійською мовою ділового спілкування вимагає не лише знання мови, а й розуміння принципів ділового етикету, міжкультурної комунікації та бізнес-практик. 2) Викладачі повинні активно використовувати сучасні освітні технології та методи, адаптуючи їх до потреб студентів. Зокрема, слід враховувати рівень знань і специфіку майбутньої професійної діяльності студентів. 3) Міжкультурна компетентність - важливо прищеплювати студентам навички міжкультурного діалогу, що сприяє уникненню комунікаційних бар'єрів і конфліктів, а також формуванню ефективних ділових відносин. 4) Діловий етикет - знання особливостей культур та правил ділового етикету є ключовим для побудови взаємовигідного бізнес-діалогу, що ґрунтується на взаєморозумінні та повазі. 5) Викладачі мають враховувати індивідуальні потреби студентів і обирати оптимальні методи навчання, які поєднують практичні заняття, інтерактивні вправи, самостійне навчання та цифрові ресурси, а також постійний зворотний зв'язок. Увага до культурної та професійної специфіки сприятиме підготовці студентів до реальних викликів у міжнародному бізнес-середовищі.

Діловій англійській мові притаманно використання формальної лексики, кліше, сталих виразів, пасивних дієслівних конструкцій, відсутність жаргонізмів та скорочень.

Перспективи дослідження «Ділової англійської» включають: 1) Інтеграцію новітніх технологій; 2) Дослідження культурних бар'єрів у бізнес-комунікації. 3) Підготовку курсів, що відповідають потребам ринку праці. 4) Аналіз результатів навчання для вдосконалення програм. Аналіз результатів навчання для оптимізації методів викладання та змісту дисциплін. Ці напрямки відкривають потенціал для вдосконалення освітніх програм та підготовки студентів до міжнародної кар'єри.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- Белоусова, С. (2011). Роль тексту в навчанні читання англійською мовою зі спеціальності «Правознавство». Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології : науковий журнал. Суми. № 2 (12), 351–358.
- Гаєва, П. (2021). Специфіка і методологія викладання англійської мови у студентів нефілологічних спеціальностей. Закарпатські філологічні студії. Ужгород. Вип. 19, Т. 1, 107–111.
- Дегтярєва, Ю. (2006). Методика навчання студентів вищих немовних навчальних закладів читання англійською мовою для ділового спілкування : Автореф. дис... канд. пед. наук. Київ. нац. лінгв. ун-т. К. 22.
- Долинський, Є. (2021). Роль і місце ділової англійської мови в підготовці майбутніх перекладачів. Закарпатські філологічні студії : наук. видання. Ужгород. Вип. 17, Т. 2, 33–38.
- З енциклопедії «Українська мова» (2000). Київ. Відновлено з <http://litopys.org.ua/ukrmova/um209.htm>
- Кнодель, Л. (2019). Business English: Business etiquette & correspondence. Киев. 385.
- Межуєва, І. (2019). Проблеми використання інтернету під час навчання англійської мови ділового спілкування. Закарпатські філологічні студії : науковий журнал. Ужгород. Т. 1, Вип. 11, 121–126.
- Пивоваров, В, Савченко, Л, Калашник Ю, (2008). Ділова українська мова: навч. посіб. Харків. 120.
- Самоненко, Н. (2021). Навчання майбутніх судоводів ведення ділового листування англійською мовою. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата пед. наук за спеціальністю 13.00.02 «Теорія та методика навчання (германські мови)». Одеса, 268.

- Федоренко, Ю. (Април 2008). Доцільність і особливості використання аудіо і відео матеріалів на уроках іноземної мови. Научно пространство на Европа. Материали за 4-а междунар. науч.-практ. конф. София. Т. 15, Филологични науки, 32–35.
- Шевчук, С. (2003). Ділове мовлення. Модульний курс: Підручник. К, 448.
- Brown, H. (2007). Teaching by principles: An interactive approach to language pedagogy. 3rd ed. USA, 39.
- «Business English». Merriam-Webster.com Dictionary. Відновлено з <https://www.merriam-webster.com/dictionary/business%20English>.
- Crystal, D. (2007). Language and the Internet. UK: Cambridge University Press. 318.
- Ellis, M. (1994). Teaching business English. Oxford handbook for language teachers. Oxford University Press, 237.
- [EnglishClub. LearnEnglish. Business English](http://www.englishclub.com/business-english/what.php). Відновлено з <https://www.englishclub.com/business-english/what.php>
- Frendo, E. (2005). How to Teach Business English. Pearson Education Limited. 135.
- Guariento, W, Morley, J. (October 2001). Text and Task Authenticity in the EFL Classroom. *Elt Journal*. Vol.55, 347–353.
- [Guffey, M, Loewy D.](http://www.essentialsofbusinesscommunication.com) (2018). Essentials of Business Communication. USA, 608.
- Harmer, J. (2001). How to teach English. An introduction to the practice of English language teaching. Longman. 198.
- Hyland, K. (2006). English for academic purposes: An advanced resource book. London, 340.
- «Interlanguage». Merriam-Webster.com Dictionary. Відновлено з <https://www.merriam-webster.com/dictionary/interlanguage>.
- «Lingua franca». Merriam-Webster.com Dictionary. Відновлено з <https://www.merriam-webster.com/dictionary/lingua%20franca>.
- Mehta, H. Aspects of business English. Teaching English. British Council. Відновлено з <http://www.teachingenglish.org.uk>
- Richards J., Rodgers T. (2014). Approaches and Methods in Language Teaching. 3rd edition. Cambridge, 419.
- Richards, J, Rodgers, T. (2001). Approaches and methods in language teaching. 2nd ed. Cambridge, 254.
- Sharma, P. Controversies in Business English. Teaching English. British Council. Відновлено з <https://www.teachingenglish.org.uk/en/professional-development/teachers/planning-lessons-and-courses/articles/controversies-business>
- StudFiles. Класифікація листів. Відновлено з studfile.net/preview/5643905/page:2/
- Taylor, Sh. (2012). *Model Business Letters, Emails, and Other Business Documents*. UK, 498.
- Ur, P. (1996). A course in language teaching practice and theory. Cambridge, 175.
- Williams, M, Burden, R. (1997). Psychology for language teachers: A social constructivist approach. Cambridge, 213.

REFERENCES

- Belousova S. The Role of Text in Teaching Reading in English for the Specialty "Law". *Pedagogical Sciences: Theory, History, Innovative Technologies: Scientific Journal*. Sumy, 2011, 2(12), pp. 351–358.
- Brown H. Teaching by Principles: An Interactive Approach to Language Pedagogy. 3rd ed. USA, 2007, p. 39.
- "Business English". Merriam-Webster.com Dictionary. Available at: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/business%20English>.
- Crystal D. Language and the Internet. UK: Cambridge University Press, 2007, p. 318.

- Dehtiarova Yu. Methodology of Teaching Students of Higher Non-Linguistic Educational Institutions to Read English for Business Communication: Abstract of the Dissertation ... Candidate of Pedagogical Sciences. Kyiv National Linguistic University., Kyiv, 2006, p. 22.
- Dolynskiy Ye. The Role and Place of Business English in the Training of Future Translators. Transcarpathian Philological Studies: Scientific Edition., Uzhhorod, 2021, 17(2), pp. 33–38.
- Ellis M. Teaching Business English. Oxford Handbook for Language Teachers. Oxford University Press, 1994, p. 237.
- EnglishClub. LearnEnglish. Business English. Available at: <https://www.englishclub.com/business-english/what.php>
- Fedorenko Yu. The Expediency and Features of Using Audio and Video Materials in Foreign Language Lessons. Scientific Space of Europe: Materials of the 4th International Scientific-Practical Conference., Sofia, April 2008, 15, Philological Sciences, pp. 32–35.
- Frendo E. How to Teach Business English. Pearson Education Limited, 2005, p. 135.
- From the Encyclopedia "Ukrainian Language". Kyiv, 2000. Available at: <http://litopys.org.ua/ukrmova/um209.htm>.
- Guariento W., Morley J. Text and Task Authenticity in the EFL Classroom. ELT Journal., October 2001, 55, pp. 347–353.
- Guffey M., Loewy D. Essentials of Business Communication. USA, 2018, p. 608.
- Haieva P. Specifics and Methodology of Teaching English to Non-Philology Students. Transcarpathian Philological Studies., Uzhhorod, 2021, 19(1), pp. 107–111.
- Harmer J. How to Teach English. An Introduction to the Practice of English Language Teaching. Longman, 2001, p. 198.
- Hyland K. English for Academic Purposes: An Advanced Resource Book. London, 2006, p. 340.
- "Interlanguage". Merriam-Webster.com Dictionary. Available at: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/interlanguage>.
- Knodel L. Business English: Business Etiquette & Correspondence. Kyiv, 2019, p. 385.
- "Lingua Franca". Merriam-Webster.com Dictionary. Available at: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/lingua%20franca>.
- Mehta H. Aspects of Business English. Teaching English. British Council. Available at: <http://www.teachingenglish.org.uk>.
- Mezhuieva I. Problems of Using the Internet in Teaching Business English. Transcarpathian Philological Studies: Scientific Journal., Uzhhorod, 2019, 1(11), pp. 121–126.
- Pivovarov V., Savchenko L., Kalashnyk Yu. Business Ukrainian Language: A Textbook. Kharkiv, 2008, p. 120.
- Richards J., Rodgers T. Approaches and Methods in Language Teaching. 2nd ed. Cambridge, 2001, p. 254.
- Richards J., Rodgers T. Approaches and Methods in Language Teaching. 3rd ed. Cambridge, 2014, p. 419.
- Samonenko N. Teaching Future Navigators Business Correspondence in English: Dissertation for the Degree of Candidate of Pedagogical Sciences in the Specialty 13.00.02 "Theory and Methods of Teaching (Germanic Languages)". Odesa, 2021, p. 268.
- Sharma P. Controversies in Business English. Teaching English. British Council. Available at: <https://www.teachingenglish.org.uk/en/professional-development/teachers/planning-lessons-and-courses/articles/controversies-business>.
- Shevchuk S. Business Communication. Modular Course: A Textbook. Kyiv, 2003, p. 448.
- StudFiles. Classification of Letters. Available at: studfile.net/preview/5643905/page:2/.
- Taylor Sh. Model Business Letters, Emails, and Other Business Documents. UK, 2012, p. 498.

Ur P. A Course in Language Teaching: Practice and Theory. Cambridge, 1996, p. 175.
Williams M., Burden R. Psychology for Language Teachers: A Social Constructivist
Approach. Cambridge, 1997, p. 213.