

Ірина ЧОРНА-КЛИМОВЕЦЬ,

orcid.org/0000-0002-0348-7462

кандидат педагогічних наук,

доцент кафедри іноземних мов для природничих факультетів

Львівського національного університету імені Івана Франка

(Львів, Україна) iren.ch31261@gmail.com

МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ У МАЙБУТНІХ МАРКЕТОЛОГІВ АНГЛОМОВНОЇ ЛЕКСИЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ В ДІЛОВОМУ ПИСЬМІ ЗАСОБОМ КЕЙС-ТЕХНОЛОГІЇ

Метою статті є узагальнення методичних засад формування досліджуваної компетентності, зокрема обґрунтування та уточнення складових компонентів такої компетентності. Методи. Для здійснення дослідження використані методи теоретичного та емпіричного аналізів, а саме синтез, конкретизація, обґрунтування, систематизація та узагальнення ключових елементів методики формування англомовної лексичної компетентності та компетентності в діловому писемному спілкуванні майбутніх маркетологів. Результати. Дане дослідження висвітлює базу розробленої методики формування у майбутніх маркетологів англомовної лексичної компетентності в діловому писемному спілкуванні засобом кейс-технології. Визначено, що до основ такої методики формуються: зміст формування досліджуваної компетентності, критерії відбору навчального матеріалу, підсистема вправ і завдань, етапи впровадження вправ і завдань та етапи реалізації кейс-технології, алгоритми реалізації кейс-технології та лінгводидактична модель. Зміст формування досліджуваної компетентності охоплює предметний (професійна лексика, граматичні конструкції, притаманні діловому мовленню, лінгвосоціокультурний матеріал, стиль, жанри ділового письма тощо) та процесуальний (знання семантичних особливостей та валентності лексичних одиниць, навички розпізнавання лексики в зразках ділового письма, вміння коректного оформлення ділового письма відповідно до лінгвістичних та соціокультурних особливостей такого спілкування тощо) аспекти. Основними критеріями відбору лексичних одиниць обрано: критерій стройової здатності, здатності до словотвору, сполучуваності, зразковості і частотності. Критеріями відбору текстів-зразків визначено: критерій тематичності, зразковості, професійної спрямованості, жанрової та композиційно-структурної відповідності. Визначено, що основні етапи впровадження запропонованої методики корелюють з етапами реалізації кейс-технології. Обґрунтовано, що розроблені вправи та завдання відповідають обраним типам та сприяють формуванню необхідних рецептивно-репродуктивних та продуктивних навичок і вмінь. Кейс-технологію прийнято реалізовувати в межах гнучкого та жорсткого управління викладачем. Окреслено, що всі компоненти розробленої лінгводидактичної моделі реалізуються в межах застосування кейс-технології. Висновки. Огляд здійсненого дослідження доводить практичну цінність визначених методичних основ, зокрема підвищення рівня володіння у майбутніх фахівців з маркетингу професійно орієнтованою лексикою та вдосконалення навичок і вмінь оформлення власних висловлювань під час ділового писемного спілкування.

Ключові слова: *лексичні одиниці, критерії відбору, майбутні маркетологи, ділове письмо, кейс-технологія.*

Iryna CHORNA-KLYMOVETS,

orcid.org/0000-0002-0348-7462

Candidate of Pedagogical Sciences,

Associate Professor at the Department of Foreign Languages for Natural Sciences

Ivan Franko National University of Lviv

(Lviv, Ukraine) iren.ch31261@gmail.com

METHODOLOGICAL BASES OF ENGLISH LEXICAL COMPETENCE FORMATION IN BUSINESS WRITTEN COMMUNICATION OF PROSPECTIVE MARKETERS BY MEANS OF CASE-TECHNOLOGY

The purpose of the article is to generalize the methodological principles of formation of the studied competence, in particular the justification and clarification of the components of such a competence. Methods. To accomplish the aim of the research the following methods of theoretical and empirical analysis were used, namely synthesis, concretization, substantiation, systematization and generalization of the key elements of the methodology of formation of English lexical competence and competence in business written communication of prospective marketers. Results. Presented article highlights the basis of the developed methodology for the formation of English lexical competence in business written communication of prospective marketers by means of case technology. It has been determined that the basics of this

methodology include: the content of the researched competence, criteria for selecting of educational material, subsystem of tasks and assignments, stages of implementation of provided tasks and assignments and stages and algorithms of case technology implementation and linguodidactic model. The content of the formation of the studied competence includes subject (professional vocabulary, grammatical constructions inherent in business speech, linguistic and sociocultural material, style, genres of business writing, etc.) and procedural (knowledge of semantic features and valence of lexical units, skills of vocabulary recognition in business writing sample, proper design of business writing in accordance with the linguistic and socio-cultural features of such a communication, etc.) aspects. The main criteria for the selection of lexical units have been selected: the criterion of construction and word formation capabilities, compatibility, exemplary and frequency. Criteria for selection of text-samples have been defined: the criterion of subjectivity, exemplary, professional orientation, genre and compositionally-structural compliance. It has been determined that the main stages of implementation of the proposed methodology correlate with the stages of case-technology implementation. It has been substantiated that the developed tasks and assignments respond to the selected types and correspond to the formation of the required receptive-reproductive and productive skills. The implementation of case-technology has been proposed within the limits of direct intervention of the teacher and his general monitoring. Has been outlined that all components of the developed linguodidactic model are implemented within the measures of case-technology. Conclusions. The review of the conducted research proves the practical value of certain methodological bases, in particular, increasing the level of professionally oriented vocabulary proficiency of prospective marketers and improving skills of their own statements design during business written communication.

Key words: lexical units, selection criteria, prospective marketers, business writing, case-technology.

Вступ. Світова пандемія, спричинена коронавірусною хворобою (COVID – 19), надала потужний поштовх для вдосконалення певних аспектів педагогічної майстерності, зокрема у креативному підході до реалізації навчального процесу в дистанційному форматі. Основне завдання освітян не змінюється, відрізняються умови його виконання, відтак формування іншомовної комунікативної компетентності та відповідних субкомпетентностей у студентів нелінгвістичних спеціальностей є цікавою темою для наукових розвідок. А отже вважаємо, що огляд здійсненого нами дослідження щодо основ методики формування у майбутніх маркетологів англomовної лексичної компетентності в діловому письмі засобом кейс-технології є актуальним.

1. Теоретичне обґрунтування проблеми

Проблемою формування іншомовної комунікативної компетентної компетентності у студентів нелінгвістичних спеціальностей займалися Бім Л., Гальперин І., Гринюк Г., Пассов Є., Семенчук Ю., Терещук В., Чорна І. та інші. Вагомий внесок також таких науковців як Кочеткова Н., Ніколаєва С., Майер Н. Марьтнова Р., Маслова А., Шарапова С., праці яких присвячені вивченню змісту формування іншомовної комунікативної компетентності, а також субкомпетентностей, аналізу критеріїв відбору навчального матеріалу та конструюванню відповідних проблематиці дослідження лінгводидактичних моделей. Попри значний доробок вчених-методистів в царині методики формування англomовної лексичної компетентності у студентів нелінгвістичних спеціальностей, висвітлення основ методики формування у майбутніх маркетологів англomовної лексичної компетентності в діловому писемному спілкуванні засобом кейс-технології досі потребує

більшої конкретизації та систематизації. Отже, вважаємо, що узагальнений огляд обґрунтованої та запропонованої нами методики формування досліджуваної компетентності позитивно впливатиме на сприйняття такої методики, як цілісного та ефективного інструменту навчання.

Метою статті є узагальнення методичних основ формування англomовної лексичної компетентності в діловому письмі майбутніх маркетологів засобом кейс-технології. задля досягнення поставленої мети необхідно виконати наступні завдання: 1) конкретизувати зміст формування досліджуваної компетентності; 2) окреслити критерії відбору навчального матеріалу; 3) висвітлити розроблену підсистему вправ і завдань для формування вищезазначеної компетентності; 4) схарактеризувати відповідно розроблену лінгводидактичну модель.

2. Методологія та методи. Для виконання поставленої мети та відповідних завдань у статті використані методи теоретичної та емпіричної наукової бази, а саме: синтез та аналіз ключових елементів методики навчання англomовної лексики та ділового писемного спілкування, конкретизація компонентів методичних основ формування досліджуваної компетентності, а також обґрунтування, систематизація й узагальнення здійснених наукових розвідок з проблематики дослідження.

3. Виклад основного матеріалу. У процесі обґрунтування змісту формування англomовної лексичної компетентності в діловому письмі майбутніх маркетологів доцільно враховувати дані лінгвопрагматичного аналізу англomовного ділового письма маркетологів, а саме: вживання термінологічних одиниць, слів-зв'язок, які збагачують писемне мовлення, багатой семантично та ней-

тральної емоційно лексики; домінування граматичних конструкцій (теперішнього простого часу, пасивного стану, часів групи Perfect) (Чорна, 2017).

Зміст формування англомовної лексичної компетентності в діловому письмі майбутніх фахівців з маркетингу представлено в межах предметного та процесуального аспектів вивчення іноземних мов (Бім, 1977). Предметний аспект охоплює: фахово орієнтовані лексичні одиниці, граматичні структури, лінгвосоціокультурний матеріал (у тому числі соціокультурні особливості ділового письма), професійну сферу спілкування майбутніх маркетологів, офіційно-діловий стиль писемного спілкування, жанри ділового письма (резюме, ділові листи, аналітичні звіти тощо), мовленнєві моделі (у кейсах професійної тематики майбутніх фахівців з маркетингу).

До процесуального аспекту входять: знання про семантичні особливості лексичних одиниць, уживання лексики відповідно до знань про їх семантичних особливості та валентність, коректне граматичне оформлення ділового письма, оформлення письма відповідно до визначених жанрів та соціокультурних характеристик ділового письма, рецептивні і репродуктивні навички відбору, зіставлення, розпізнавання, сполучування та вживання лексичних одиниць у текстах-зразках ділової кореспонденції, застосування визначених граматичних структур у відповідних жанрах ділового письма. (Бім, 1977; Чорна, 2017)

Одиницями відбору навчального матеріалу обрано лексичні одиниці та тексти ділового писемного спілкування, у тому числі тексти-взрці, які використовуються студентами під час рецептивно-продуктивних етапів навчання (реципіювання інформації та продукування ними власних зразків ділового письма). Із метою формування у майбутніх маркетологів англомовної лексичної компетентності в діловому писемному спілкуванні визначено наступні критерії відбору текстів ділової документації на які варто опиратись: автентичності; тематичності; професійної спрямованості; зразковості; жанрової відповідності; композиційно-структурної організації, зв'язності та логічності (Гальперин, 1984; Семенчук, 2007; Майер 2010; Терещук, 2014; Чорна, 2017).

Щодо відбору лексичних одиниць нами передбачено врахування наступних критеріїв: стройова здатність та здатність лексичних одиниць до словотвору; семантична цінність лексичних одиниць; здатність лексичних одиниць до сполучуваності; частотність уживання лексичних одиниць; зразковість лексичних одиниць, необхідних для формування навичок та умінь ділового писемного спіл-

кування; стилістична відповідність (Жинкин, 1982; Кочеткова, 2009; Ніколаєва, 2013; Шарапова, 2009).

Окрім вищезазначених критеріїв відбору навчального матеріалу нами був обраний додатковий критерій – відповідність тематиці певного кейсу. Оскільки кейси відображають професійні комунікативні ситуації майбутніх маркетологів і проблематику поставленого перед студентами завдання, відбір фахово орієнтованих лексичних одиниць та жанру ділового письма здійснюється в межах обраного кейсу.

На основі визначених критеріїв відбору матеріалу та змісту формування досліджуваної компетентності, нами розроблено підсистему вправ і завдань та визначено етапи її формування. Основними етапами формування англомовної лексичної компетентності в діловому письмі майбутніх маркетологів визначено наступні:

– рецептивно-ознайомчий етап презентації лексичних одиниць і текстів-зразків ділового письма (співвідноситься з підготовчим етапом реалізації кейс-технології);

– рецептивно-репродуктивний етап автоматизації дій з лексичними одиницями у зразках ділового письма (корелює з ознайомлювальним етапом реалізації кейс-технології);

– продуктивний етап застосування лексичних одиниць у зразках ділового письма (співвідноситься з основним етапом реалізації кейс-технології) (Ніколаєва, 2013; Пассов, 2002).

Отже, укладені вправи та завдання відповідають етапам формування англомовної лексичної компетентності в діловому письмі майбутніх маркетологів та етапам реалізації кейс-технології, а також застосовуються в межах визначених вченими-методистами типів вправ і завдань (Ніколаєва, 2013). Відповідність розробленої нами підсистеми вправ і завдань визначеним етапам продемонстровано у запропонованій нижче таблиці (табл. 1).

На основі здійсненого дослідження нами були запропоновані алгоритми реалізації кейс технології в умовах жорсткого управління викладачем та в умовах гнучкого управління викладачем навчальною діяльністю студентів. Реалізація алгоритмів корелює із попередньо визначеними етапами формування обраної компетентності. Відтак, на рецептивно-ознайомчому і рецептивно-репродуктивному етапах формування англомовної лексичної компетентності в діловому письмі майбутніх маркетологів та на відповідних підготовчому й ознайомлювальному етапах впровадження кейс-технології, застосовується алгоритм реалізації кейс-технології в умовах жорсткого управління

**Підсистема вправ і завдань для формування англомовної лексичної компетентності
в діловому письмі майбутніх маркетологів**

I Рецептивно-ознайомчий етап	
Група 1а - вправи для формування рецептивних навичок розпізнавання лексики, зокрема фахово орієнтованої. Тип – некомунікативні.	Група 1б - вправи для формування репродуктивних навичок вживання лексики, зокрема професійної лексики у текстах-зразках ділового письма. Тип – некомунікативні.
II Рецептивно-репродуктивний етап	
Група 2 - вправи для автоматизації дій з лексичними одиницями у зразках ділового письма. Тип – умовно-комунікативні.	Група 3а - вправи для інтегрованого розвитку лексичних навичок та вмінь ділового писемного спілкування. Тип – комунікативні.
III Продуктивний етап	
Група 3б - вправи для інтегрованого розвитку лексичних навичок та вмінь продукування власних зразків ділового письма. Тип – комунікативні.	Група 3в - вправи для інтегрованого розвитку лексичних навичок та вмінь заповнення офіційних форм ділової документації. Тип – комунікативні.

викладачем. Застосування саме жорсткого управління на даних етапах забезпечує сформованість та розвиток необхідних навичок роботи з лексичними одиницями у зразках ділового письма до повної автоматизації дій з визначеним мовним матеріалом у майбутніх фахівців з маркетингу. Алгоритм реалізації кейс-технології в умовах гнучкого управління викладачем упроваджується на продуктивному етапі формування досліджуваної компетентності та на основному етапі реалізації кейс-технології, що сприяє інтегрованому розвитку лексичних навичок та мовленнєвих умінь письма (Чорна, 2017).

Опираючись на проведений аналіз теоретико-методологічних засад формування англомовної лексичної компетентності в діловому письмі майбутніх маркетологів засобом кейс-технології нами була розроблена відповідна лінгводидактична модель (Мартинова, 2004; Маслова, 2014). Основними компонентами лінгводидактичної моделі визначено наступні: концептуально-цільовий, організаційний, змістовий, оцінювально-результативний. До концептуально-цільового компонента відносяться: мета, завдання, підходи і методичні принципи. До організаційного компонента відносяться кейс-технологія (реалізація кейс-технології в умовах жорсткого чи гнучкого управління викладачем навчальною діяльністю студентів), у межах якої реалізується формування

у майбутніх маркетологів англомовної лексичної компетентності в діловому письмі та активні методи навчання, які застосовуються в рамках кейс-технології (ділові /рольові ігри, аналіз ситуацій, вирішення проблем тощо) (Чорна, 2017). Змістовий компонент представлено предметним і процесуальним аспектами формування у майбутніх маркетологів англомовної лексичної компетентності в діловому письмі, критерії відбору матеріалу та підсистема вправ і завдань для формування досліджуваної компетентності. Оцінювально-результативний складають з кількісні та якісні показники рівня сформованості у майбутніх маркетологів англомовної лексичної компетентності в діловому письмі.

Висновки. Відповідно до мети та встановлених завдань уточнено зміст формування досліджуваної компетентності, конкретизовано критерії відбору навчального матеріалу, представлено розроблену підсистему вправ і завдань та окреслено сконструйовану лінгводидактичну модель формування у майбутніх маркетологів англомовної лексичної компетентності в діловому письмі. перспективи подальших наукових розвідок вбачаємо у практичному застосуванні запропонованої методики для формування англомовної лексичної компетентності в діловому спілкуванні у студентів інших нелінгвістичних спеціальностей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бим И. Л. Методика обучения иностранным языкам как наука и проблемы школьного учебника. Москва: Русский язык, 1977. 288 с
2. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического анализа. Москва: Наука, 1984. 138 с.

3. Горюнова Е. С. Критерии отбора текстов для обучения студентов неязыковых вузов иноязычному профессионально ориентированному чтению. *Вестник Томского государственного педагогического университета*. Томск, 2011. № 2. С. 60–64.
4. Гринюк Г. А., Семенчук Ю. О. Відбір навчального матеріалу для формування англomовної лексичної компетенції у студентів-економістів. *Іноземні мови*. 2007. № 2. С. 30–34.
5. Жинкин Н. И. Речь как проводник информации. Москва: Наука, 1982. 159с.
6. Кочеткова Н. С. О содержании и принципах отбора учебных материалов по курсу Language for specific purposes на технических факультетах. *Альманах современной науки и образования*. 2009. № 12 (31), ч. 2. С. 93–95.
7. Майер Н. В. Критерії відбору навчального матеріалу для самостійного оволодіння франкомовним діловим писемним спілкуванням майбутніми документознавцями. URL: <http://www.stationline.org.ua/psih/88/15895-kriterii-vidboru-navchalnogo-materialu-dlya-samostijnogo-ovolodinnja-frankomovnim-dilovim-pisemnim-spilkuvannyam-majbutnimi-dokumentoznavcyami.html>
8. Мартинова Р. Ю. Цілісна загальнодидактична модель змісту навчання іноземних мов: монографія. Київ: Вища школа, 2004. 454 с.
9. Мартинова Р. Ю., Маслова А. В. Лінгводидактична модель навчання англійського наукового писемного мовлення магістрів. URL: <http://www.naukajournal.org/index.php/naukajournal/article/view/215/342>
10. Методика навчання іноземних мов і культур: теорія і практика: підручник для студентів класичних, педагогічних і лінгвістичних університетів / О. Б. Бігич, Н. Ф. Бориско, Г. Е. Борецька та ін. / за заг. ред. С. Ю. Ніколаєвої. Київ: Ленвіт, 2013. 590 с.
11. Терещук В. Г. Формування англomовної лексичної компетентності студентів спеціальності «безпеки життєдіяльності» в умовах віртуального навчального середовища: дис. ... канд. педагог. наук: 13.00.02 / Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка. Тернопіль, 2014. 330 с.
12. Формирование лексических навыков: учебное пособие / под ред.: Е. И. Пассова, Е. С. Кузнецовой. Воронеж: Интерлингва, 2002. 40 с.
13. Чорна, І. Ю. (2017). Формування у майбутніх маркетологів англomовної лексичної компетентності в письмі засобом кейс-технології. : автореф. дис. ... канд. педагог. наук: 13.00.02. Тернопіль, 2017. 20 с.
14. Чорна, І. Ю. Формування у майбутніх маркетологів англomовної лексичної компетентності в письмі засобом кейс-технології. : дис. ... канд. педагог. наук: 13.00.02. / Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка. Тернопіль, 2017. 268 с.
15. Шарапова С. И. Критерии отбора содержательно-текстовой базы для обучения студентов неязыкового вуза профессионально ориентированному чтению на иностранном языке. *Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена*. 2009. № 102. С. 319–322.

REFERENCES

1. Bim I. L. (1977). *Metodika obucheniya inostrannym yazykam kak nauka i problemy shkol'nogo uchebnika* [Methodology of foreign language teaching as a science and the problems of school textbook]. Moskva: Russkiy yazyk, pp. 288 [in Russian].
2. Gal'perin I. R. (1984). *Tekst kak ob'ekt lingvisticheskogo analiza* [Text as an object of linguistic analysis]. Moskva: Nauka, pp.138 [in Russian].
3. Goryunova E. S. (2011). Kriterii otbora tekstov dlya obucheniya studentov neyazykovykh vuzov inoyazychnomu professional'no orientirovannomu chteniyu [The criteria of text selection for studying of professionally oriented reading for students of non-linguistic higher educational institutions]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta - Bulletin of Tomsk State Pedagogical University*, 2, 60–64 [in Russian].
4. Hryniuk H. A., Semenchuk Yu. O. (2007). Vidbir navchalnogo materialu dlia formuvannia anhlomovnoi leksychnoi kompetentsii u studentiv-ekonomistiv [The selection of educational material for the English lexical competence formation for students of the economical profile]. *Inozemni movy – Foreign Languages*, 2, 30–34 [in Ukrainian].
5. Zhinkin N. I. (1982). *Rech' kak provodnik informatsii* [Speech as a conductor of information]. Moskva: Nauka, pp. 159 [in Russian].
6. Kochetkova N. S. (2009). O sodержanii i printsipakh otbora uchebnykh materialov po kursu Language for specific purposes na tekhnicheskikh fakul'tetakh [On the content and principles of educational material selection for the Language for Specific Purposes course at technical faculties]. *Al'manakh sovremennoy nauki i obrazovaniya – Almanach of Modern Science and Education*, 12 (31), ch. 2, 93–95.
7. Maier N. V. (2010) Kryterii vidboru navchalnogo materialu dlia samostiinogo ovolodinnia frankomovnym dilovym pysemnym spilkuvanniam maibutnimy dokumentoznavtsiamy [The criteria of educational material selection for independent mastering of French business written communication of prospective documentologists]. Retrieved from: <http://www.stationline.org.ua/psih/88/15895-kriterii-vidboru-navchalnogo-materialu-dlya-samostijnogo-ovolodinnja-frankomovnim-dilovim-pisemnim-spilkuvannyam-majbutnimi-dokumentoznavcyami.html>
8. Martynova R. Yu. (2004). *Tsilisna zahalnodydaktychna model zmistu navchannia inozemnykh mov* [A holistic generally didactic model of teaching foreign languages content]. Kyiv: Vysheha shkola, pp. 454 [in Ukrainian].
9. Martynova R. Yu., Maslova A. V. (2014). Lihvodydaktychna model navchannia anhliskoho naukovooho pysemnoho movlennia mahistriv [Linguodidactic model of masters teaching of English scientific written speech]. Retrieved from: <http://www.naukajournal.org/index.php/naukajournal/article/view/215/342>
10. Nikolaieva S. Yu. (ed.) (2013) *Metodyka navchannia inozemnykh mov i kultur: teoriia i praktyka: pidruchnyk dlia studentiv klasychnykh, pedahohichnykh i linhvistychnykh universytetiv* [Methodology of Teaching Foreign Languages and

.....
Cultures: Theory and Practice: a Textbook for Students of Classical, Pedagogical and Linguistic universities]. Kyiv: Lenvit, pp. 590 [in Ukrainian]

11. Tereshchuk V. H. (2014) *Formuvannia anhlovnoi leksychnoi kompetentnosti studentiv spetsialnosti «bezpeky zhyttiediialnosti» v umovakh virtualnoho navchalnoho seredovyshcha* [Formation of English lexical competence for students of “life safety” specialties in a virtual studying environment] (PhD Thesis), Ternopil: Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University. [in Ukrainian]

12. Passov E. Y., Kuznetsova E. S. (ed.) (2002). *Formyrovanye leksycheskykh navykov: uchebnoe posobyе* [Formation of lexical skills]. Voronezh: Ynterlynhva, pp. 40 [in Russian].

13. Chorna, I. Yu. (2017) *Formuvannia u maibutnikh marketolohiv anhlovnoi leksychnoi kompetentnosti v pysmi zasobom keis-tekhnologii* [Formation of English lexical competence in written communication of prospective marketers by means of case-technology]. (PhD Thesis), Ternopil: Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University. [in Ukrainian]

14. Chorna, I. Yu. (2017) *Formuvannia u maibutnikh marketolohiv anhlovnoi leksychnoi kompetentnosti v pysmi zasobom keis-tekhnologii*. [Formation of English lexical competence in written communication of prospective marketers by means of case-technology]. (Extended abstract of PhD Thesis), Ternopil: Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University. [in Ukrainian]

15. Sharapova S. I. (2009) *Kriterii otbora sodержatel'no-tekstovoy bazy dlya obucheniya studentov neyazykovogo vuza professional'no orientirovannomu chteniyu na inostrannom yazyke* [Criteria of selecting the content and text base for teaching professionally oriented reading in a foreign language for non-linguistic university students]. *Izvestiya Rossiyskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A. I. Gertsena – Notices of A. I. Herzen Russian State Pedagogical University*, 102, 319–322 [in Russian].