

Hay que destacar que las dotes del profesor constituyen sólo un 50 % del éxito. El otro 50 % está en manos del estudiante. Por eso presento la lista de las características que, según mi opinión, se asocian con un aprendizaje exitoso. Un buen estudiante: 1) no se siente mal si se equivoca; 2) practica tan frecuentemente como le sea posible; 3) analiza su propio lenguaje y el lenguaje de los otros; 4) disfruta los ejercicios de gramática; 5) comienza a aprender en la infancia, etc.

Quisiera prestar una atención especial a la hipótesis del filtro afectivo, que se subdivide en tres variables: actitud, motivación y personalidad. Una actitud positiva permite mayor permeabilidad o «input» y por el contrario, una actitud negativa convierte el filtro en una barrera a la información. Se considera que los rasgos de personalidad que permiten el mejor ingreso del «input» son la empatía, la disponibilidad y la auto-confianza.

A mi parecer hay dos problemas y obstáculos fundamentales para el aprendizaje fructífero y exitoso de lenguas extranjeras en los estudiantes. Primeramente, hasta que el estudiante no tenga la motivación de aprender (no la de conseguir el diploma o «cumplir su plazo») aún las más modernas estrategias resultarán inútiles. La segunda causa es la inercia de algunos profesores cuando ven a una masa apática y pasiva (de estudiantes). Además, muchos estudiantes buscan una solución externa a su problema con el aprendizaje de una lengua extranjera. Creen que un método, una academia o un profesor les van a dar lo que necesitan. No se les ocurre pensar que la solución definitiva está dentro de ellos mismos.

У.О. Цеханович
БГЭУ (Минск)

TOURISME DE CHÂTEAUX EN FRANCE ET AU BÉLARUS

ЗАМКОВЫЙ ТУРИЗМ ВО ФРАНЦИИ И БЕЛАРУСИ

Туризм — это не только экономическая выгода государству. Туристическая инфраструктура призвана, прежде всего, предоставлять нашим гражданам возможность укреплять здоровье, узнавать собственный край, прививать любовь к стране. Именно поэтому в стране уделяется столь пристальное внимание развитию туристической отрасли. Рынок туризма является динамичной отраслью белорусской экономики. В Беларуси многое делается по восстановлению объектов старины, в том числе древних замков в Мире и Несвиже. На территории Беларуси расположено значительное количество исторических городов — Полоцк, Новогрудок, Туров, Гродно, Несвиж и др. Во многих городах сохранились храмы и монастыри, дворцы и замки, ценные архитектурные, исторические и культурные памятники.

Le tourisme est un des phénomènes les plus dynamiques du monde contemporain. Le dernier temps il a acquis une ampleur considérable et

l'influence capitale au niveau de développement de la société mondiale en général. Dans plusieurs pays le secteur du tourisme est une des branches essentielles de l'économie nationale. Le tourisme en France est une activité importante pour le pays. La France est depuis les années 1990 la première destination touristique au monde. L'attractivité touristique de la France s'explique par la grande variété des points d'intérêt et leur nombre important, la diversité des paysages, la richesse du patrimoine historique et artistique, le climat tempéré et la facilité d'accès, mais aussi par l'équipement du pays en structures d'accueil (hôtellerie, parcs d'attractions...) et en infrastructures de transport.

Parmi les principaux points d'intérêt pour les touristes tels que les cathédrales, les sites gallo-romains, les sites préhistoriques, les musées, les châteaux tiennent la deuxième position en France). Le tourisme des châteaux est demandé et attrayant parce qu'il nous apprend l'histoire du bâtiment, les particularités de l'architecture, la vie des fameux châtelains, ce qui attire l'intérêt des touristes des pays différents.

Cela est dû à ce que la France possède un nombre de châteaux différent de leur style, histoire, l'état actuel, des châteaux qui existent pendant plusieurs siècles. Notre pays n'en compte pas moins mais malheureusement le tourisme de châteaux dans notre pays n'est pas si fort répandu qu'en France bien qu'il existe toutes conditions pour son développement. Cette situation était à l'origine du choix du sujet pour le travail de recherche «Tourisme de châteaux en France et au Bélarus».

L'actualité du sujet choisi consiste en ce qu'une des tâches posées par notre Etat pour le futur proche est le développement du tourisme comme un des secteurs les plus perspectifs de l'économie du pays. D'après l'information du ministère du tourisme le potentiel touristique de la ville de Minsk est 250—300 mille personnes par an. Tandis qu'en 2007 la ville a été visitée seulement par 150 mille touristes.

On pourrait supposer qu'au Bélarus la situation est pareille. Le pays a des sites touristiques attrayants et est prêt à accueillir les bélarusses et les étrangers. Il ne reste que d'apprendre à gérer l'affaire en matière du tourisme. Parmi des options prioritaires du développement du tourisme dans notre pays on distingue le tourisme rural, nautique, écotourisme et le tourisme de châteaux.

Donc, le but de cette étude est la mise en évidence des particularités du tourisme de châteaux au Bélarus en comparant avec celui de France et déterminer les perspectifs de son développement. Pour la réalisation de ce but on a posé des tâches plus concrètes:

- étudier les châteaux français et les tendances du tourisme de châteaux en France;
- argumenter l'attrait des châteaux français pour les touristes;
- déterminer les particularités du tourisme de châteaux au Bélarus;
- tracer l'itinéraire touristique à travers les châteaux du Bélarus.

L'objet de l'étude sont les châteaux les plus visités et populaires en France, ceux de la Loire: Chambord, Chenonceau, Cheverny, Amboise,

Blois, Villandry, Azay-le-Rideau, celui de Versaille et celui d'If ainsi que leurs particularités touristiques, de même que les fameux châteaux et palais du Bélarus: ceux de Mir, Nesvij, Lida, Golchany, Kossovo, Novogroudok, Lubcha, Roujany.

T.B. Шамко
БГЭУ (Минск)

«SAVUSHKIN PRODUCT»: RIGHT STRATEGY LEADS TO SUCCESS

«САВУШКИН ПРОДУКТ»: ПРАВИЛЬНАЯ СТРАТЕГИЯ ВЕДЕТ К УСПЕХУ

Дается краткая история возникновения и развития компании «Савушкин продукт»; приводятся ключевые элементы стратегии, реализуемой предприятием. Подчеркивается значение выбора верной стратегии для белорусских фирм и предприятий, решивших выйти на международный рынок.

Strategy — not operational effectiveness — distinguishes winners from losers. In fact, strategy is more important than ever, particularly for organizations that want to differentiate themselves from others. Strategy is difficult. It is about making tough choices and trade-offs and deliberately choosing a different route. In contrast, operational effectiveness means doing things you need to do.

The history of Brest Dairy Plant dates back to the first half of the last century. After reunification of the western and eastern parts of Belarus in 1939, Brest Dairy Plant processed 7 tons of milk per shift. In 1976 plant already processed 560 tons of milk per day. In 1994 State Company «Brest Dairy Plant» was transformed into a public joint-stock company, and 11 years later it was renamed into PJSC «Savushkin Product». At that time, the company launched a large-scale reconstruction of its product facilities and the company's ambitious strategic goals took shape, namely, to become Belarus' leading dairy producer. In 2005 one of the loss-making agricultural companies from the Malorita region was incorporated into Savushkin product. Today the «Savushkino» private unitary company put in operation the first phase of the cutting-edge facility.

Nowadays OJSC «Savushkin product» is the one of the most well-known dairy product manufacturers in the Republic of Belarus. It processes 2,000 tons of milk per day. The company's turnover has been rapidly growing by 15 million dollars a year since 2004. It accounts for 15 % of the domestic dairy market, employs the same equipment as the world's leading dairy producers and upgrades it as often as required. The company is second to none in the variety of dairy products it makes. These achievements are the result of the united efforts of the company's personnel headed by Director General Alexander Savchits.