

общений, контрактов, рекламных релизов и т.д. Бизнес-текст способен предоставить необходимый фактический и языковой материал, а также может стать стимулом для обсуждения разных проблем. Задания предтекстового этапа формируют учебно-коммуникативную ситуацию, предваряющую чтение текста. Эти задания направлены на реализацию следующих задач: прогнозирование содержания текста, снятие трудностей, актуализацию знаний, жизненного опыта студентов, осознание коммуникативной задачи в отношении чтения. После каждого текста следуют послетекстовые задания, которые выполняют задачу проверки понимания прочитанного. Здесь также целесообразно использовать разнообразные тренировочные упражнения, направленные на активизацию изученного лексического материала. Следующим компонентом при обучении является диалог, относящийся к теме бизнес-текста. Диалоги знакомят с положениями делового этикета, закрепляют лексику по данной теме, а также содержат терминологию и речевые клише, включение которых в курс делового английского языка представляется исключительно важным при вхождении студентов в сферу профессиональной деятельности.

В каждый раздел курса делового английского языка включены образцы письменной деловой документации, которые знакомят студентов с оформлением писем официального характера, резюме, заполнением бланков, анкет.

Н.М. Падалко
БГЭУ (Минск)

ИЗ ОПЫТА РАБОТЫ ПО ОБУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНО НАПРАВЛЕННОЙ НЕПОДГОТОВЛЕННОЙ МОНОЛОГИЧЕСКОЙ РЕЧИ

В качестве неподготовленной монологической речи следует рассматривать высказывание, являющееся желанием поделиться своими впечатлениями об увиденном, услышанном или прочитанном. Неподготовленная монологическая речь на основе прочитанного текста не представляет особой трудности, так как студент при этом использует известные языковые единицы (слова, словосочетания, грамматические структуры, речевые образцы) из текста.

В поисках решения проблемы были определены несколько разговорных тем, представляющих интерес для студентов факультета «Высшая школа туризма» своей злободневностью. Иногда обсуждение той или иной темы продиктовано жизненной необходимостью. Так, например, после участия студентов в ежегодной туристической выставке «Турбизнес» обсуждение такого события и первого опыта работы студентов очевидно. Поэтому рекомендации выпускающей кафедры по плану-схеме темы «Международные туристические ярмарки и выставки» и наша языковая обработка помогли грамотно обсудить интересующую студентов тему. Практика показывает, что подобные планы-схемы по развитию неподготовленной устной речи очень эффективны и являются интересным видом работы как для студентов, так и для преподавателей.

1. Answer the questions:

- Have you ever been to any international trade fair?

– Do you consider International Tourism Trade Fairs important for the travel and tourism industry?

2. *The aim of the tourism trade fair and exhibition is...*

– to make new business contacts, to close deals; to reckon on good post exhibition business; to cultivate the existing business relationships; to promote your product; to look forward with much more optimism to the coming travel year; to learn about new know-how, hi-tech, unknown destinations; to highlight the name of the company in the Official Show Directory- Buyer's Guide used by attendees throughout the year.

3. *The exhibitors usually close deals during the exhibitions in the market segments:*

leisure and holiday travel incentive travel adventure trips
business travel conference and convention educational trips

name other market segments and say what other business deals can be closed.

4. *True to tradition, the exhibition is usually accompanied by a comprehensive supporting programme. Say, what issues are to be discussed at:*

special meetings, panels of tourism experts, press conferences, presentations, etc.

5. *The participants of the tourism exhibitions are: sellers, buyers, visitors; describe their goals and objectives*

6. *The main stages of the exhibitions are: pre-exhibition work; -the exhibition itself; - post-exhibition work*

For each of the stage to be managed in a proper way what should be done?

7. *Things to be mentioned while speaking about any Tourism Trade Fair: participant countries, exhibitors, trade visitors, visitors in general, promotional materials offered, decorations of the exhibition and particularly stands/booths, program/schedule, interest, organization, media coverage, etc.*

Подобный план-конспект служит прекрасным ориентиром при порождении речи и подсказкой в плане содержания, а также композиционно-структурного и лексико-грамматического оформления высказывания. Он отражает существенные связи внутри устного текста как продукта речи, его структурную, смысловую и коммуникативную целостность, что позволяет более жестко программировать высказывание и управлять ходом его формирования. План-конспект также позволяет студенту самому выбирать степень сложности своей речи, т.е. либо выйти за рамки предложенного, либо ограничиться выбором из предложенного.

О.В. Плетюхова, М.В. Койрович
БГЭУ (Минск)

КОММУНИКАТИВНЫЙ СИСТЕМНО-ДЕЯТЕЛЬНОСТНЫЙ ПОДХОД И КОММУНИКАТИВНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ КАК ОСНОВЫ ОБУЧЕНИЯ ДЕЛОВОМУ ИНОЯЗЫЧНОМУ ОБЩЕНИЮ

В рыночных условиях коммуникативная компетенция становится неременным компонентом общепрофессиональной подготовки студентов экономических специальностей.

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны універсітэт. Бібліятэка.

БГЭУ. Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.°.

BSEU. Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by> elib@bseu.by