



ДНІПРОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНО-
ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра філології

ЛІНГВОПРАГМАТИКА ТА ЛІНГВОДИДАКТИКА

Дніпро 2023

ДНІПРОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНО-
ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра філології

ЛІНГВОПРАГМАТИКА
ТА
ЛІНГВОДИДАКТИКА

ДНІПРО 2023

Лінгводидактика та лінгвопрагматика: збірник наукових праць/ за загальною ред. доц. О. В. Назаренко. Дніпро: ПП Вахмістров О. Є., 2023. 158с.

Розглянуто на засіданні кафедри філології

Протокол № 10 від 13.02.2023р.

Схвалено науково-методичною радою факультету обліку і фінансів

Протокол № 5 від 20.02.2023р.

Схвалено науково-технічною радою ДДАЕУ

Протокол № 4 від 23.03.2023р.

Рецензенти:

Майборода Н. Г. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри української мови ДНУ імені Олеса Гончара;

Мамчич І. П. – кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри підготовки іноземних громадян ПДАБА;

Семак Л. А. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри філології ДДАЕУ.

У збірнику подано наукові статті, присвячені вивченню теоретичних та практичних аспектів викладання мови та її використання у різних комунікативних ситуаціях. Автори пропонують нові підходи до вивчення мови та її викладання з використанням сучасних технологій та методик, а також звертають увагу на необхідність врахування культурних та соціальних особливостей мовних спільнот. Збірник містить цікаві та актуальні матеріали для викладачів мови, лінгвістів та усіх, хто цікавиться проблемами лінгводидактики та лінгвопрагматики.

За точність викладеного матеріалу відповідальність покладено на автора.

8. Природознавство. URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.shhavel.naturestudy&hl=ru&gl=US>.
9. Природа от Montessori. URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.edokiacademy.garden&hl=ru&gl=US>.
10. Захисник природи. URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.floraincognita.app.floraincognita&hl=ru&gl=US>
11. iNaturalist. URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=org.inaturalist.android&hl=ru&gl=US>.
12. Flora Incognita. URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.floraincognita.app.floraincognita&hl=ru&gl=US>
13. Тераріум. URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=sk.phx.terrarium&hl=ru&gl=US>.
14. NatureID. URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=plant.identification.flower.tree.leaf.identifier.identify.cat.dog.breed.nature>.
15. 3D Earth – weather app. URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.livingearth.free>.

MOBILE APPLICATIONS ON NATURAL SCIENCE: EDUCATIONAL POTENTIAL

Blynova Neliia Mykholaivna

*Candidate of the philological sciences, associate professor
Department of Foreign Languages Alfred Nobel University*

Kaliberda Nataliia Volodymyrivna

*senior lecturer Department of English Language for Non-
Philological Specialities, Oles Honchar Dnipro National University*

Medynska Svitlana Ivanivna

senior lecturer Department of Foreign Languages Alfred Nobel University

The purpose of the survey is to analyze the nature-themed applications offered by Google Play, to determine their didactic potential and the possibility of using them in the educational process. The methodology of the research included the use of methods of analysis and synthesis, the study of scientific literature on the topic of intelligence, the drawing of conclusions from the processed practical material. The result of the conducted research was the conclusion that the applications of natural subjects have a powerful didactic potential and can be used in the educational process. Novelty. The educational potential of 9 science applications was analyzed, which had not been done before. Practical meaning. Intelligence will include science applications in the didactic circulation, forces teachers and lecturers of science subjects to pay more attention to modern learning technologies, which is especially relevant in the conditions of distance education, guidelines for child-centeredness and student-orientation.

Keywords: *nature-themed mobile applications, educational potential, didactic material, child-centeredness, student-orientated learning, edutainment.*

МІЖДИСЦИПЛІНАРНИЙ ПІДХІД У ПРОФЕСІЙНІЙ ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ МАРКЕТОЛОГІВ

Казакевич Олена Ігорівна
викл. каф. філології ДДАЕУ

Досліджено, що професійна підготовка майбутніх маркетологів передбачає використання міждисциплінарного підходу. На основі міждисциплінарної інтеграції в майбутніх маркетологів формується цілісний маркетинговий світогляд. Міждисциплінарні зв'язки допомагають доповнити зміст однієї дисципліни знаннями з іншої, об'єднують їх і забезпечують формування у майбутніх маркетологів професійно важливих вмінь та навичок. Застосування міждисциплінарного підходу дозволяє підняти його на якісно новий рівень мислення, що дозволяє комплексно вирішувати маркетингові завдання на основі широкого інтегрування різноманітних дисциплін. Наведено приклади і форми міждисциплінарної інтеграції у професійній підготовці маркетологів.

Ключові слова: міждисциплінарна інтеграція, професійна підготовка маркетологів, інноваційне навчання.

Вступ. Поєднання глобалізації із стрімким підйомом як соціально-культурної, так і економічної ролі національних держав, конвергенція сфери виробництва та сфери послуг, швидке просякнення всього життя комунікаційно-інформаційними технологіями призводить до масованого, вельми складного впливу на світове освітнє середовище. Відчувається постійне зростання різноманітних взаємодій, спроби знайти рішення численних актуальних проблем на шляху інтеграції, узгодження та перетворення. Наш світ стає відкритою системою фінансово-економічних, суспільно-політичних, культурно-наукових зв'язків, базованих на цифрових технологіях, він породжує все нові і нові гібридні простори, в яких змінюється характер їх взаємодії та потенціал утворюваних мереж. Їх подальша інтерпретація і перетворення в об'єкт вивчення в межах дисциплінарного підходу стають вельми обмеженими. Справжній успіх у більшості випадків може бути досягнутий лише тоді, коли поле дослідження включає різні наукові дисципліни, причому частіше за все зовсім не суміжного характеру. Таким чином, науковий результат, методологія і методика його досягнення, які мають бути покладені в основу процесу навчання і викладання у вищій школі, сьогодні значною мірою мають бути

базовані на міждисциплінарних узагальненнях і за своєю природою звертатися до дослідницьких знань різних наукових спрямувань [1, с.6].

Наукова проблема. Випускники-маркетологи покликані вирішувати не тільки прикладні задачі, вони повинні мати фундаментальну підготовку для виконання маркетингових досліджень, науково-педагогічної діяльності, що не забезпечується чинними типовими навчальними планами зі спеціальності. Маркетолог у своїй професійній діяльності виконує функції не тільки математика, статистика, але й психолога, політолога, лінгвіста, юриста та ін. Але програма фахової підготовки не передбачає курсу з соціальної психології, прикладної математики, політології, права, тому потрібна міждисциплінарна інтеграція у навчанні студентів.

Актуальність. Актуальність проблеми зумовлена політичними соціальними змінами, які надають молоді можливість вільної самореалізації у різних країнах світу, існуванням об'єктивної необхідності формування цілісного сприйняття науково-культурного розвитку людства. Засобом формування такого світосприйняття є міждисциплінарний підхід в освіті. Відсутність, ненауковість чи недостатність глибини міждисциплінарної інтеграції часто призводили, з одного боку, до дублювання окремих питань у різних науках в умовах нестачі навчального часу, а з іншого – до недостатнього засвоєння студентами низки тем у дисциплінах [2].

Аналіз досліджень. Проблему міждисциплінарності в економічній науці вивчали В. Арутюнов, В. Ворона, Ю. Зайцев, А. Колот, Ю. Олізько, Л. Покудіна, О. Приятельчук, О. Ступницький, А. Філіпенко.

Засади професійної освіти майбутніх маркетологів вивчали Р. Кубанов, С. Адамів, І. Горбуліч, М. Вачевський, В. Липська, І. Гоголь та ін.

Спеціальність “Маркетинг” зараховують до міждисциплінарних спеціальностей, яка зумовлює необхідність інтегрованих знань для виявлення й опису причинно-наслідкових зв'язків на основі аналізу маркетингової інформації. Суспільні дисципліни, які викладаються студентам-маркетологам, дозволяють їм сприймати навколишній світ не як суму розрізнених законів,

закономірностей і концепцій, а як цілісний, узгоджений світ, у якому різні знання не протиставляються, а доповнюють і збагачують один одного новими ідеями, умовиводами та теоріями [3]. Ми поділяємо думку С. Адамів [4] у тому, що цей підхід передбачає створення у здобувачів освіти цілісного уявлення та осмислення маркетингової діяльності, повноту науково-педагогічної, технологічної та методичної підготовки у ЗВО, що сприяють формуванню професійної компетентності.

Процес інтеграції в підготовці майбутніх маркетологів – це певне взаємопроникнення змісту економічних та гуманітарних дисциплін з метою формування в студентів системи комплексних знань про маркетингову діяльність (поєднання системного та діяльнісного підходів) і на їх основі маркетингового світогляду, а також створення передумов, які передбачають професійне осмислення власної діяльності й формування індивідуалізованої сукупності загальнокультурних і професійних компетенцій.

Прикладом міждисциплінарної інтеграції у професійній підготовці майбутніх маркетологів є викладання іноземної мови у закладі вищої освіти – оволодіння мовою в обсязі, потрібному для спілкування у сфері професійної діяльності та власного спілкування, навичками ділової комунікації. Її реалізація відбувається при вивченні дисциплін “Основна іноземна мова (за професійним спрямуванням)”, “Друга іноземна мова”, “Ділова іноземна мова”, “Теорія та практика перекладу” [5].

Застосування інформаційних комп’ютерних технологій дозволяє радикально провести інтеграцію на найзагальнішому рівні – рівні методів дослідження. Застосування інформаційних технологій у навчальному процесі для підготовки фахівців маркетологів не лише є бажаним, але й необхідним, оскільки специфіка діяльності фахівця передбачає роботу з основними комп’ютерними програмами [6].

Також приділяють особливу увагу тренуванню гнучких навичок. Майже кожен курс професійної підготовки ЗВО (не лише маркетингової спрямованості) має включати спеціальний компонент для їх розвитку.

Прикладами міждисциплінарної інтеграції у професійній підготовці майбутніх маркетологів є дисципліни “Міжнародний маркетинг”, “Психологія маркетингу”, “Реклама в системі маркетингових комунікацій”.

Інноваційними формами міждисциплінарної інтеграції є бінарні лекції, міждисциплінарні семінари, міждисциплінарні тренінги, проекти, кейси, веб-квести, ділові ігри. Бінарна лекція (з лат. *binarius* – той, що складається з двох частин) – лекція, що полягає в діалозі двох викладачів, які читають лекцію за однією і тією ж темою, але є, наприклад, представниками різних наукових шкіл, кафедр або теоретиком і практиком. Наявність двох джерел інформації, двох поглядів на одну наукову проблему вчить студентів порівнювати, висловлювати критичні зауваження, толерантно сприймати різні наукові концепції, формує в них культуру дискусії. Кейси, проекти, тренінги розвивають у майбутніх маркетологів навички вирішувати міждисциплінарні варіативні комплексні професійно зорієнтовані завдання.

Міждисциплінарна підготовка є трендом сучасної вищої освіти для компетентнісного розвитку здобувачів. Вона має значну кількість переваг, серед яких: мотивація студентів до вивчення певної дисципліни, ґрунтовного осмислення та порівняння, застосування отриманих знань на практиці; можливість по-новому представити вже відомий матеріал; розширення кругозору, підвищення самостійності та творчості студентів; інтеграція набутих знань, навичок та вмінь в одне ціле та сприйняття засвоєного протягом усього навчання матеріалу як нерозривної єдності; можливість реалізувати головні дидактичні принципи навчання; знизити перевантаження здобувачів за рахунок уникнення фрагментарності та дублювання знань. Міждисциплінарна інтеграція створює умови для глибокої професійної рефлексії та формування індивідуальної сукупності загальнокультурних та професійних компетентностей, тому є засобом реалізації індивідуального та компетентнісного підходів в освіті. Отже, міждисциплінарна підготовка є найкращою формою реалізації освітнього процесу, спрямованого на підготовку майбутніх маркетологів. Такий підхід є інноваційним у вищій освіті України,

але це досвід, який формується вже протягом останнього десятиліття в провідних країнах світу. Необхідність застосування міждисциплінарного підходу вже включено до фахових компетентностей деяких спеціальностей у зв'язку з розумінням того, що міждисциплінарність – вимога сьогодення та запорука якісної вищої освіти.

Відтак, системне застосування міждисциплінарного підходу у підготовці майбутніх маркетологів сприяє формуванню сукупності компетентностей, розвитку глибини мислення, швидкому осмисленню та сприйняттю явищ досліджуваного матеріалу і допомагає використовувати знання в дисциплінах професійної підготовки.

Перспективи подальших досліджень. Проведене дослідження не вичерпує всіх аспектів наукової проблеми. До перспективних напрямів подальших дослідницьких пошуків відносимо вивчення міждисциплінарного підходу у формуванні професійної компетентності здобувачів інших економічних спеціальностей.

Література:

1. Фініков Т.В. *Міждисциплінарний підхід у підготовці майбутніх фахівців у ЗВО. Моделі міждисциплінарних та міжгалузевих освітніх та освітньо-наукових програм: виклики, можливості та варіанти впровадження: матер. міжнар. конф.* (Одеса, 25-26 червня 2020 р.). Одеса: Одеський національний університет ім. І.І. Мечникова, 2020. С. 6 – 8.
2. Волощук Н.І., Пашинська О.С., Іваниця А.О., І. Таран І.В. Міждисциплінарна інтеграція як фактор удосконалення викладання фармакології у медичному виші. *Медична освіта*. 2016. № 4. С. 8 – 11.
3. Гуменна Н.В. Міждисциплінарна інтеграція професійній підготовці майбутніх фахівців медичної галузі. *Інноваційна педагогіка*. 2019. Вип. 18. Т 1. С. 121 – 126.
4. Адамів С.Е. Педагогічні умови формування професійної компетентності майбутніх маркетологів засобами інтерактивних технологій : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04. Тернопіль, 2017. 244 с.
5. Третько В.В. Міждисциплінарний підхід у підготовці майбутніх магістрів міжнародних відносин. *Освіта дорослих: теорія, досвід, перспективи*. 2013. Вип. 6. С. 94 – 102.
6. Покудіна Л.С. Використання потенціалу міждисциплінарної інтеграції у формуванні готовності до професійної діяльності майбутніх фахівців фінансово-економічної сфери. *Педагогіка і психологія професійної освіти*. 2017. № 1. С. 56 – 63.
7. Теличко Т.І. Формування фахової компетентності майбутніх вихователів закладів дошкільної освіти на засадах міждисциплінарного підходу: дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04. Мукачево, 2021. 294 с.