

ПРИЧОРНОМОРСЬКИЙ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ ІНСТИТУТ  
ЕКОНОМІКИ ТА ІННОВАЦІЙ

# ІННОВАЦІЙНА ПЕДАГОГІКА

*Науковий журнал*

**Випуск 20**

**Том 1**



Видавничий дім  
«Гельветика»  
2020

**Редакційна колегія:**

*Благу́н Ната́лія Миха́йлівна* – доктор педагогічних наук, професор  
*Пушка́рьова Тама́ра Олекси́вна* – доктор педагогічних наук, професор  
*Бочелю́к Віта́лій Йо́сипович* – доктор психологічних наук, професор  
*Невмержи́цька Олена Васи́лівна* – доктор педагогічних наук, доцент  
*Терешкі́нас Артура́с* – доктор соціальних наук, професор (Каунас, Литва)  
*Пагу́та Миросла́в Ві́кторович* – кандидат педагогічних наук, доцент  
*Пермі́нова Владисла́ва Анато́ліївна* – кандидат педагогічних наук, доцент  
*Кочаря́н Арту́р Бори́сович* – кандидат педагогічних наук, доцент  
*Віта́лія Гражі́єне* – доктор педагогічних наук (Вільнюс, Литва)

Електронна сторінка видання – [www.innovpedagogy.od.ua](http://www.innovpedagogy.od.ua)

Рекомендовано до друку та поширення через мережу Internet  
Вченою радою Причорноморського науково-дослідного інституту  
економіки та інновацій (протокол № 1 від 30.01.2020 року)

**Журнал включено до Переліку наукових фахових видань України з педагогічних наук  
відповідно до Наказу МОН України від 04.04.2018 № 326 (додаток 9)**

Науковий журнал «Інноваційна педагогіка» зареєстровано  
Міністерством юстиції України  
(Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації  
серія КВ № 22897-12797Р від 02.08.2017 року)

Міжнародний цифровий ідентифікатор журналу: <https://doi.org/10.32843/2663-6085>

<b>Бабкін В.В.</b> ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ БАКАЛАВРІВ КОМП'ЮТЕРНИХ НАУК ЯК СУЧАСНА НАУКОВА ПРОБЛЕМА.....	78
<b>Баглай О.І., Камінська О.М.</b> ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ.....	82
<b>Біляковська О.О.</b> НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ.....	86
<b>Болгар О.М.</b> ВПЛИВ ПЕДАГОГІЧНОЇ СПАДЩИНИ В.О. СУХОМЛИНСЬКОГО НА ФОРМУВАННЯ ПЕДАГОГІЧНОГО ІМІДЖУ МАЙБУТНЬОГО СУЧАСНОГО ВЧИТЕЛЯ.....	90
<b>Борозенець Н.С., Шищенко І.В.</b> ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ КОНКРЕТНИХ СИТУАЦІЙ У ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ МАТЕМАТИЧНИХ ДИСЦИПЛІН В АГРАРНИХ ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....	95
<b>Веремчук А.П.</b> ПРОФЕСІЙНО-ПЕДАГОГІЧНА ОСВІТА: СУЧАСНИЙ ВИМІР.....	99
<b>Волошенко М.А., Азаркіна А.В.</b> ПСИХОЛОГІЧЕСКАЯ ПОДГОТОВЛЕННОСТЬ БУДУЩЕГО СОЦИАЛЬНОГО РАБОТНИКА К ПСИХОЛОГО-КОРРЕКЦИОННОЙ И ПРОФИЛАКТИЧЕСКОЙ РАБОТЕ С ПОДРОСТКАМИ ДЕВИАНТНОГО ПОВЕДЕНИЯ.....	104
<b>Главацька О.Л., Олійник Г.М.</b> ПІДГОТОВКА МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ СФЕРИ ДО АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	111
<b>Довгань Л.І.</b> ФОРМУВАННЯ АНГЛОМОВНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ МАЙБУТНІХ МАРКЕТОЛОГІВ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....	116
<b>Жуковська І.О.</b> ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ МОТИВАЦІЇ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «ХАРЧОВІ ТЕХНОЛОГІЇ» У ПРОЦЕСІ ПРАКТИЧНОГО НАВЧАННЯ.....	120
<b>Задорожна-Княгницька Л.В.</b> ФОРМУВАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОЇ ОСВІТНЬОЇ ТРАЄКТОРІЇ МАГІСТРІВ – МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ ОСВІТИ У ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ.....	125
<b>Козубовський Р.В., Козубовський М.Р.</b> СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ СОЦІАЛЬНИХ ПРАЦІВНИКІВ ДО РОБОТИ З «ДІТЬМИ ГРУПИ РИЗИКУ» В США.....	130
<b>Козяр М.М.</b> КОМП'ЮТЕРЕЗАЦІЯ ОСВІТИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ДЛЯ СФЕРИ ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ В УМОВАХ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА.....	135
<b>РОЗДІЛ 4. СОЦІАЛЬНА ПЕДАГОГІКА</b>	
<b>Клочко О.О., Клочко О.М.</b> ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЗМІСТОВІ ЗАСАДИ ВОЛОНТЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ З ЛЮДЬМИ ПОХИЛОГО ВІКУ.....	140
<b>Молоченко І.А.</b> СОЦІАЛЬНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ ЛЮДЕЙ З ІНВАЛІДНІСТЮ ЗА КОРДОНОМ: КРАЩИЙ ДОСВІД І МОЖЛИВОСТІ ЙОГО ВПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНІ.....	145
<b>Сердюк Н.М., Рудакова В.Ю.</b> ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ ЯК РЕГУЛЯТОРИ ЕМОЦІЙНОГО КЛІМАТУ СІМ'Ї.....	149
<b>НОВИЙ ВИД НАУКОВИХ ПОСЛУГ.....</b>	153

## ФОРМУВАННЯ АНГЛОМОВНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ МАЙБУТНІХ МАРКЕТОЛОГІВ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

### FORMATION OF ENGLISH-LANGUAGE COMMUNICATIVE COMPETENCE OF FUTURE MARKETING EXPERTS IN THE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

У статті розглянуто актуальність і роль формування англomовної комунікативної компетенції в підготовці здобувачів вищої освіти спеціальності «Маркетинг». Встановлено, що зростання потреби ринку у фахівцях маркетингового спрямування зумовило розширення пропозиції освітніх послуг у цій сфері. Спеціальності, пов'язані з маркетингом, рекламою та зв'язками із громадськістю, привабливі для абітурієнтів у закордонних і українських закладах вищої освіти. Розвиток міжнародних зв'язків, активне впровадження закордонного досвіду в різні сфери суспільного життя й інші глобалізаційні тенденції зумовлюють необхідність формування у здобувачів вищої освіти спеціальності «Маркетинг» лінгвосоціокультурної, дискусійної та стратегічної компетенції. Не менш важливе формування вмінь і навичок академічної та професійної комунікації. Одним із завдань навчальних закладів вищої освіти є підготовка фахівців-маркетологів, які будуть готовими до спілкування англійською мовою у професійному середовищі. З'ясовано, що Україна в рейтингу рівня знання населенням англійської мови серед неанглomовних країн у 2018 році посіла лише 43-є місце у світі. Відзначено, що в основі сучасних підходів до навчання іноземних мов лежить використання комунікативного та конструктивістського методів викладання. Актуальним є використання як традиційних, так і альтернативних методів навчання. Обґрунтовано, що сучасний викладач англійської мови має володіти широким спектром методик і технологій навчання, що дозволить полегшити задоволення навчальних потреб здобувачів вищої освіти. Вивчено закордонний досвід організації навчального процесу викладання англійської мови здобувачам вищої освіти спеціальності «Маркетинг та ринкова аналітика». Запропоновано напрями вдосконалення організації навчального процесу та викладання англійської мови у вітчизняних закладах вищої освіти.

**Ключові слова:** англійська мова, комунікативна компетенція, методи викладання,

організація навчального процесу, маркетинг, маркетолог.

The article deals with the relevance and role of forming English-language communication competence when training students in specialty "Marketing". It is established that the growing market demand for marketing specialists has caused the expansion of educational services in this field. Specialties related to marketing, advertising and public relations are of great interest for those who want to get qualification both in foreign and Ukrainian higher educational institutions. The development of international relations, active introduction of foreign experience in various spheres of social life and other globalization tendencies necessitate the formation of linguosociocultural, discussion and strategic competencies in students of higher educational institutions. The development of academic and professional communicative skills is also important. One of the tasks of higher educational institutions is to train marketers who will be ready to speak English in the professional environment. It is revealed that Ukraine ranked only 43rd in the world rating of English language proficiency among non-English-speaking countries in 2018. It is noted that modern approaches to foreign language teaching are based on the application of communicative and constructivist teaching. It is important to use both traditional and alternative teaching methods. It is justified that a modern English language teacher should master a wide range of teaching methods and technologies, which will facilitate satisfaction of the educational needs of students. Foreign experience of organizing the educational process of teaching English to students of higher educational institutions in specialty "Marketing and Market Analytics" has been studied. The directions for improving the organization of the educational process and teaching of English in domestic higher educational institutions are offered.

**Key words:** English language, communicative competence, teaching methods, organization of educational process, marketing, marketer.

УДК 372.881.1  
DOI <https://doi.org/10.32843/2663-6085-2020-20-1-24>

**Довгань Л.І.**,  
канд. пед. наук,  
доцент кафедри іноземної філології  
та перекладу  
Вінницького торговельно-економічного  
інституту  
Київського національного  
торговельно-економічного університету

#### Постановка проблеми в загальному вигляді.

У сучасних умовах інтеграції та глобалізації економіки англійська мова є ключовою компетенцією, інструментом міжнародного спілкування, засобом приєднання до європейського освітнього, наукового та професійного простору, умовою ефективної інтеграції та чинником економічного зростання країни [1].

Держава потребує фахівців зі сформованими професійними компетенціями, необхідними для взаємодії у просторі світової та європейської комунікації. Одним із завдань навчальних закладів вищої освіти є підготовка фахівців-маркетологів, які будуть готовими до спілкування англійською мовою у професійних ситуаціях.

#### Аналіз останніх досліджень і публікацій.

На сучасному етапі розвитку теорії та методики професійної освіти відзначається зростання інтересу дослідників до проблем формування іншомовної компетенції майбутніх фахівців у ЗВО. Увагу науковців зосереджено на дослідженні комунікативно-діяльнісного підходу до вивчення мови у професійно-технічних навчальних закладах (І. Бабій), особливостей формування у студентів ЗВО готовності до іншомовного спілкування (М. Галицька), формування англomовної компетентності в діалогічному мовленні (Т. Коробейнікова, Л. Сліпченко, В. Черниш).

У контексті професійної підготовки майбутніх маркетологів актуальності набувають роботи, зосе-

реджені на аналізі методологічних основ формування в майбутніх маркетологів англомовної компетентності у професійно орієнтованому усному спілкуванні (А. Онуфрив), змісту формування англомовної лексичної компетентності в діловому спілкуванні майбутніх маркетологів (І. Чорна), лінгводидактичної моделі навчання англійського наукового писемного мовлення (Р. Мартинова). Попри значну кількість наукових розвідок із досліджуваної проблеми, питання формування англомовної комунікативної компетенції майбутніх маркетологів потребує більш ґрунтовного дослідження.

**Мета статті** – дослідити сучасні виклики щодо формування англомовної комунікативної компетенції майбутніх маркетологів у глобалізаційних умовах, визначити основні структурні компоненти англомовної комунікативної компетенції, методи її формування.

**Виклад основного матеріалу.** Для сучасного світу характерний інтенсивний розвиток широких економічних і пов'язаних із ними наукових відносин, тому в забезпеченні ефективної комунікації зростає важливість знання англійської мови.

За даними результатів дослідження авторитетної організації English Proficiency Index, Україна в рейтингу рівня знання населенням англійської мови серед неангломовних країн у 2018 р. посіла лише 43-є місце у світі зі 100 країн, що досліджувались. З-поміж 32-х неангломовних країн Європи Україна перебувала на 28-му місці. Результати проведених організацією досліджень у 2019 р. понизили рейтингові позиції України до 49-го місця у світі та 29-го в Європі. Індекс рівня знання англійської мови для України в зазначеному рейтингу позначено як «низький» [2].

Економіка є одним із визначальних чинників напряму розвитку нашої держави, тому його успішність, на нашу думку, залежить від рівня підготовки здобувачів вищої освіти економічного напрямку.

Маркетинг – вагома складова частина сьогоденного світу. Цінність продуктів і послуг, що оточують нас, значною мірою формується завдяки зусиллям маркетингових відділів компаній. Україні необхідні фахівці-маркетологи, які володіють знаннями і навичками організації бізнес-процесів щодо спрямування потоку товарів і послуг від виробника до споживача [3, с. 55].

Зростання потреби ринку у фахівцях маркетингового спрямування викликало розширення пропозиції освітніх послуг у цій сфері. Результати моніторингу ринку освітніх послуг показали, що спеціальності, пов'язані з маркетингом, рекламою та зв'язками із громадськістю, є привабливими для абітурієнтів у закордонних західноєвропейських та східноєвропейських ЗВО.

Так, наприклад, у 2018 р. на спеціальність «Маркетингові комунікації та зв'язки із громадськістю» в Карловий університет у Празі – один

із найстаріших і найповажніших університетів Європи – було подано 642 заяви на вступ, що є дуже високим показником. Навчання здобувачів вищої освіти проводиться чеською або англійською мовами. В обох випадках від абітурієнтів необхідне підтвердження володіння мовою в достатньому обсязі, щоби мати можливість під час навчання не тільки прослуховувати лекції, але й складати рубіжні та контрольні іспити для підтвердження своїх знань. Для підтвердження знання англійської мови необхідно скласти профільні іспити англійською мовою, надати сертифікати складання міжнародного іспиту (IELTS – 6,5 та вище; TOEFL, SAT – 550 і вище) [4].

На українському ринку освітніх послуг представлена велика кількість закладів вищої освіти, які пропонують навчання, мають ліцензію та відповідну акредитацію за освітньою програмою «Маркетинг» або спорідненими з нею програмами (логістика, реклама, зв'язки із громадськістю, торгівля тощо). У 2015 р. в Україні підготовку студентів за спеціальністю «Маркетинг» здійснювали 55 державних і приблизно 50 приватних закладів вищої освіти [5, с. 60]. Протягом 2015–2019 рр. кількість таких закладів вищої освіти в Україні значно зросла.

Розвиток міжнародних зв'язків, активне впровадження закордонного досвіду в різні сфери суспільного життя й інші глобалізаційні тенденції зумовлюють необхідність формування у здобувачів вищої освіти спеціальності «Маркетинг» лінгвосоціокультурної, дискусійної та стратегічної компетенцій. Вивчення іноземних мов є складовою частиною спеціальної підготовки маркетолога через опанування лінгвокраїнознавчої компетенції та формування практичних професійних умінь і навичок.

До структури англомовної комунікативної компетенції належать: мовленнєва компетенція (аудіювання, говоріння, читання, письмо); мовна компетенція (лексичні, фонетичні, орфографічні знання); дискурсивна компетенція; соціокультурна та соціолінгвістична компетенція; стратегічна компетенція. Здобувач вищої освіти повинен уміти здійснювати усне спілкування, розуміти на слух різну інформацію, логічно структурувати й передавати свої висловлювання, обирати ефективні стратегії для розв'язання будь-якої проблеми. Основними чинниками, які впливають на формування англомовної комунікативної компетентності у студентів, є професійна спрямованість, гуманістичний стиль спілкування, орієнтація на комунікативну культуру як на професійну цінність [6, с. 8].

Зважаючи на вищесказане, у нормативний зміст підготовки здобувачів першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг», сформульований у термінах результатів навчання, включено у програмний результат Р17 таке: «<...> Демонструвати навички письмової та усної профе-

сійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології <...>» [7].

Професійні запити щодо володіння маркетинговими іноземною мовою ґрунтуються на сучасних вимогах ринку. Проведений аналіз вакансій на провідних інтернет-сайтах із пошуку роботи показав, що основними вимогами, які висуваються до фахівців-маркетологів щодо володіння іноземною мовою, є володіння писемною мовою (заповнення документів, підготовка офіційних листів) та розмовною мовою (телефонні переговори, особисті зустрічі з партнерами).

У системі вищої освіти України відбувається реформування навчального процесу в напрямі наближення до загальноєвропейських вимог до якості освіти. Змінюються, відповідно, підходи й освітні технології викладання іноземних мов майбутнім маркетологам. Сучасний викладач іноземної мови має володіти широким спектром методик навчання, що дозволить полегшити задоволення навчальних потреб здобувачів вищої освіти. Він повинен бути поінформованим про сучасні принципи, методики та технології викладання; добре знати своїх студентів, їхні стилі навчання й уподобання, щоби мати можливість вибору найбільш відповідних технологій; уміти адаптувати загальнорекомендовані методики відповідно до ситуації.

В основі сучасних підходів до навчання іноземних мов лежить використання комунікативного та конструктивістського методів викладання. Актуальним є використання традиційних (метод повної фізичної реакції, сугестивний метод, драматичний метод, мовчазний метод, груповий метод, метод активізації резервних можливостей особистості та колективу) і альтернативних (навчання з комп'ютерною підтримкою, метод сценарію, метод симуляцій, каруселі, навчання за станціями, метод групових пазлів, метод ролівої гри, кейс-метод) методів навчання [8, с. 246].

Ефективна технологія викладання англійської мови повинна забезпечити таке: дати можливість студенту відкрити або здобути нові знання; полегшити процес навчання; бути природною і максимально наближеною до реального життя; відповідати віку та рівню знань студентів; бути достатньо привабливою, щоби мотивувати студента навчатися далі; допомогти студенту розвинути своє логічне мислення; бути економічною (студенти повинні мати можливість досягти навчальних цілей за мінімальний час з якомога меншими зусиллями); бути гнучкою [9, с. 10].

Більшість мовознавців і викладачів мови погоджуються з тим, що студенти найкраще отримують іншомовну комунікативну компетенцію через інтерактивність і взаємодію. Викладачі повинні намагатися використовувати реальні ситуації, які потребують спілкування та співпраці (спільної

роботи) студентів, наприклад, дискусії, роліві ігри, симуляції тощо.

Доведено, що на формування іншомовної компетенції впливає ефективність організації занять з іноземної мови професійного спрямування, методична якість матеріалів, використання інноваційних методів навчання і сформованість позитивної мотивації щодо вивчення іноземної мови [10].

Закладу вищої освіти в навчальному процесі потрібно забезпечити сукупність умов, які сприятимуть становленню міжкультурної іншомовної комунікативної компетентності фахівця-маркетолога. Наявність для цього висококваліфікованих викладачів іноземної мови, які володіють сучасними технологіями викладання, є обов'язковою, але не достатньою передумовою. Перегляду, на нашу думку, потребують підходи до організації навчального процесу та формування навчальних планів підготовки здобувачів вищої освіти економічних спеціальностей. Існуючі обсяги навчального навантаження дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням» не дозволяють якісно сформувати іншомовну комунікативну компетенцію.

Цікавим для вивчення, на нашу думку, є досвід викладання англійської мови в Національному дослідному університеті «Вища школа економіки» (далі – ВШЕ) студентам спеціальності «Маркетинг та ринкова аналітика». Англійська мова, як не дивно, не є обов'язковою складовою частиною загальноосвітньої програми, тому її вивчення пропонується студентам 1-го та 2-го курсів бакалаврату лише факультативно. Однак усі студенти ВШЕ після 1-го курсу обов'язково складають внутрішній іспит з англійської мови, а після 2-го курсу – зовнішній незалежний іспит. Особливістю внутрішнього іспиту з англійської мови, який складають студенти після 1-го курсу, є те, що іспит приймають викладачі, які не викладали студентам протягом навчального року. Складання іспиту після 2-го курсу максимально наближене до процедури складання іспитів для отримання міжнародних сертифікатів з англійської мови. Іспити з англійської мови можуть бути автоматично перезараховані студентам, які вже мають сертифікати про володіння англійською мовою, отримані за межами університету.

На 3-му та 4-му курсах кожний студент ВШЕ зобов'язаний мати у своєму індивідуальному навчальному плані як мінімум по одній професійній дисципліні, яка пропонується для вивчення англійською мовою. Під час підготовки випускної кваліфікаційної роботи студенти повинні використовувати іншомовні літературні джерела. Окрім того, кожен студент готує англійською мовою розгорнутий план і анотацію своєї випускної кваліфікаційної роботи, які перевіряються системою «Антиплагіат» і оцінюються окремо за два місяці до захисту випускної роботи [11].

Такий підхід до організації навчального процесу, з одного боку, забезпечує здобувачам вищої освіти максимальну академічну мобільність, а з іншого – мотивує до вивчення англійської мови.

Відповідно до сучасних викликів, вивчення англійської мови для студентів спеціальності «Маркетинг» має бути спрямовано на формування англомовної комунікативної компетенції не нижче рівня B2 згідно із Загальноєвропейською шкалою CEFR та формування навичок для використання іноземної мови в навчальній, науковій та професійній діяльності.

**Висновки.** Вміння вільно читати професійну літературу, спілкуватись із діловими партнерами, писати та вчитися англійською мовою є однією з найважливіших комунікативних компетенцій сучасного здобувача вищої освіти – майбутнього маркетолога. Творчі й особистісні характеристики освіченої людини зі знанням хоча б однієї іноземної мови поряд з її фундаментальною професійною базою є важливими ресурсами життєздатності та розвитку індивіда. Іноземна мова є засобом не лише міжособистісного спілкування, а й міжкультурної комунікації, вона виступає інструментом, за допомогою якого стає реальним встановлення взаєморозуміння і взаємодії між представниками різних лінгвоетноспільнот.

Подальші дослідження перспективи в цьому напрямі передбачають вивчення змісту формування англомовної комунікативної компетенції та його методичного забезпечення.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Концептуальні засади державної політики щодо розвитку англійської мови у сфері

вищої освіти. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/2019-06-24-proekt-konts-angl-movi-1.docx>.

2. EF English Proficiency Index. URL: <https://www.ef.se/epi>.

3. Лилик І. Портрет професії: маркетолог. *Маркетинг в Україні*. 2017. № 4. С. 55–57.

4. Где изучать маркетинг? *Prague Education Center*. URL: <https://www.educationcenter.cz/blog/gde-izuchat-marketing>.

5. Окладер М. Напрямки модернізації маркетингової освіти в Україні *Маркетинг в Україні*. 2015. № 5. С. 59–65.

6. Методи та засоби підвищення мовленнєвих компетенцій з іноземної мови в практичній діяльності майбутніх економістів : колективна наукова монографія / за заг. ред. О.Керекеші. Одеса : Атлант ВОИСОИУ, 2017. 147 с.

7. Державний стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для здобувачів першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/075-marketing-bakalavr.pdf>.

8. Смовженко Л. Сучасні підходи до викладання іноземних мов у вищих навчальних закладах. *Вісник Львівського університету. Серія «Філологічна»*. 2014. Вип. 61. С. 244–250.

9. Pokrivcakova Silvia. *Teaching Techniques for Modern Teachers of English*, 2013. Prague : Aspa. 116 p.

10. Бондар Н., Прадівляний М. Формування іншомовної компетенції фахівців немовних спеціальностей у процесі вивчення іноземної мови. *Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання в підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми* : збірник наукових праць. 2018. № 50. С. 228–233.

11. Официальный сайт НИУ «Высшая школа экономики». URL: <https://www.hse.ru/ba/marketing/english>.

Наукове видання

# ІННОВАЦІЙНА ПЕДАГОГІКА

*Науковий журнал*

**Випуск 20**

**Том 1**

Коректура • *Н. Ігнатова*

Комп'ютерна верстка • *С. Калабухова*

Формат 60x84/8. Гарнітура Arimo.  
Папір офсетний. Цифровий друк. Обл.-вид. арк. 17,69. Ум.-друк. арк. 17,90.  
Підписано до друку 31.01.2020. Наклад 100 прим.

Видавництво і друкарня – Видавничий дім «Гельветика»  
73021, м. Херсон, вул. Паровозна, 46-а  
Телефон +38 (0552) 39-95-80, +38 (095) 934-48-28, +38 (097) 723-06-08  
E-mail: [mailbox@helvetica.com.ua](mailto:mailbox@helvetica.com.ua)  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи  
ДК № 6424 від 04.10.2018 р.