

## ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ В МАЙБУТНІХ МАРКЕТОЛОГІВ АНГЛОМОВНОЇ ЛЕКСИЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ В ДІЛОВОМУ ПИСЬМІ ЗАСОБОМ КЕЙС-ТЕХНОЛОГІЇ

**Чорна-Климовець І. Ю.**

*кандидат педагогічних наук,*

*доцент кафедри іноземних мов для природничих факультетів*

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

*вул. Університетська, 1, Львів, Україна*

*[orcid.org/0000-0002-0348-7462](https://orcid.org/0000-0002-0348-7462)*

*[iren.ch31262@gmail.com](mailto:iren.ch31262@gmail.com)*

**Ключові слова:** *лексична компетентність, ділове письмо, майбутні маркетологи, кейс-технологія.*

Актуальність статті зумовлена тим, що досі не узагальнені теоретико-методологічні основи використання кейс-технології як засобу формування англomовної лексичної компетентності в діловому письмі майбутніх маркетологів. Розкрито сутність поняття англomовної лексичної компетентності майбутніх маркетологів у діловому письмі як сукупність необхідних лексичних знань, навичок, умінь і здатності правильного вибору й уживання лексичних одиниць у зразках ділового письма, опираючись на правила коректного оформлення власних висловлювань під час ведення ділової кореспонденції, у межах професійної підготовки майбутніх фахівців із маркетингу. Висвітлено структуру англomовної лексичної компетентності майбутніх маркетологів у діловому письмі: а) знання визначеної ділової лексики, лексичні рецептивні та репродуктивні навички розпізнавання лексичних одиниць у текстах, б) розпізнавання жанрів ділового письма, в) репродуктивні навички вибору й коректного вживання лексичних одиниць, г) лексична усвідомленість тощо. Визначено ключові характеристики професійного дискурсу майбутніх фахівців з маркетингу із соціально-когнітивного (чутливість до зовнішніх факторів впливу соціальної сфери й обмежень суспільної діяльності маркетологів) і лінгвістичної (інтралінгвістичні фактори впливу й обмежень – офіційно-діловий стиль письма, домінування певних граматичних структур, дотримання стилістичних норм тощо) точок зору. Обґрунтовано вибір підходів (компетентнісного, комунікативно-діяльнісного, диференційованого та проблемно-ситуативного) до формування в майбутніх маркетологів англomовної лексичної компетентності в діловому письмі майбутніх маркетологів. Визначено дидактичні й методичні принципи формування досліджуваної компетентності: принцип зв'язку навчання із життям наочності, свідомості, орієнтації на основні комунікативні ситуації професійного письма маркетологів, комунікативної і професійної спрямованості. Розглянуто поняття кейс-технології як широкого феномена, спрямованого на максимально реалістичне моделювання можливих професійних ситуацій маркетологів (у тому числі проблемних і конфліктних), які можна вирішити комунікативно, зокрема діловим письмом. Структурними компонентами кейс-технології як засобу формування англomовної лексичної компетентності в діловому писемному спілкуванні майбутніх маркетологів визначено активні методи навчання, які застосовуються в межах такої технології, і відповідні види кейсів.

## THEORETICAL BASIS OF ENGLISH LEXICAL COMPETENCE FORMATION IN WRITTEN BUSSINESS COMMUNICATION OF PROSPECTIVE MARKETERS BY MEANS OF CASE-TECHNOLOGY

**Chorna-Klymovets I. Yu.**

*Candidate of Pedagogical Sciences,*

*Associate Professor at the Department of Foreign Languages for Natural Sciences*

*Ivan Franco National University of Lviv,*

*Universytetska str., 1, Lviv, Ukraine*

*orcid.org/0000-0002-0348-7462*

*iren.ch31262@gmail.com*

**Key words:** *lexical competence, business writing, prospective marketers, case technology.*

The topicality of the presented article consists in the theoretical and methodological foundations of the usage of case technology as a means of forming of English lexical competence in business writing of prospective marketers that have not been generalized before. The essence of the concept of English lexical competence of prospective marketers in business written communication has been determined as a set of necessary lexical knowledge, skills and ability to choose and use proper lexical items in business writing samples, based on the rules of correct design of their own statements during creation of business correspondence. The structure (and it's components) of English lexical competence of prospective marketers in business writing have been defined as follows: a) knowledge of certain business vocabulary, lexical receptive and reproductive skills of lexical units recognition in texts; b) recognition of business writing genres; c) reproductive skills awareness, etc. The key characteristics of the professional discourse of prospective marketing specialists have been presented in socio-cognitive (sensitivity to external factors of social influence and restrictions on social activities of marketers) and linguistic (intralinguistic factors of influence and limitations – official business style, certain dominative grammatical structures, adherence to style etc.) points of view. The choice of approaches (competent, communicative, differentiated and problem-situational) to the formation of English lexical competence in business writing of prospective marketers has been substantiated. Didactic and methodical principles of formation of the researched competence have been defined: the principle of connection of studying with life, visibility, consciousness, orientation on the basic communicative situations of professional writing of marketers, communicative and professional orientation. The concept of case technology has been enlightened as an extensive phenomenon aimed at the providing students with the most realistic of possible professional situations of prospective marketers (including problematic situations and conflicts), that could be solved within the limits of business written communication. The structural components of case technology as a means of forming of English lexical competence in business written communication of prospective marketers have been identified with active teaching methods used within such technology and the relevant types of cases.

**Постановка проблеми.** Світова пандемія, зумовлена коронавірусною інфекцією SARS-CoV-19, завдала нищівної шкоди всім сферам суспільного життя. Економічна сфера зазнала чи не найбільших утрат, оскільки через способи запобігання поширенню вірусу торгово-економічні відносини не могли залишатися у звичному стані. Позаяк існування бізнесу, функціонування

державних установ, навчання, зокрема підготовка кваліфікованих фахівці у ЗВО, і спілкування не припинилися, змінилася лише їх форма. Ділові відносини в межах епідеміологічних обмежень здійснювались дистанційно, зокрема в письмовій формі. Дистанційне навчання сприяло застосуванню ефективних методів і технологій навчання, серед яких є і кейс-технологія.

Науковими розвідками у сфері методики навчання іноземних мов, у тому числі англійського ділового спілкування, займалися О. Биконя, О. Залобівська, С. Ніколаєва, О. Лесько, Ю. Пасов, Б. Прищак, Г. Рузакова й ін. Вивченню ефективних підходів до формування іншомовної комунікативної компетентності й відбору коректних дидактичних і методичних принципів присвячені праці багатьох вітчизняних і зарубіжних учених, зокрема Л. Бутової, Н. Микитенко, С. Ніколаєвої, О. Пометун, О. Петрушенко, В. Попкова, О. Тарнопольського. Поняття дискурсу вивчали Н. Ковальська, Ф. Котлер, І. Краскова, Р. Олексенко, М. Поліщук, К. Серажим. Технологію навчання, а саме кейс-технологію досліджували О. Долгоруков, Ю. Сурмін, І. Чорна. Однак, попри значний доробок науковців, питання формування англійської лексичної компетентності в діловому писемному спілкуванні майбутніх маркетологів засобом кейс-технології є недостатньо дослідженим. А отже, уважаємо, що здійснене нами дослідження залишається актуальним сьогодні.

**Метою статті** є узагальнення результатів дослідження фахової іншомовної підготовки випускників ЗВО, зокрема висвітлення теоретико-методологічних основ формування в майбутніх фахівців з маркетингу англійської лексичної компетентності в діловому письмі засобом кейс-технології.

**Виклад основного матеріалу.** Сутність поняття англійської лексичної компетентності в діловому писемному спілкуванні вважаємо явищем комплексним, яке складається із сукупності необхідних лексичних знань, навичок, умінь і здатності правильного вибору й уживання лексичних одиниць у зразках ділового письма, опираючись на правила коректного оформлення власних висловлювань під час ведення ділової кореспонденції, у межах професійної підготовки майбутніх фахівців із маркетингу [1; 5; 7; 17; 18].

Установлено, що структуру англійської лексичної компетентності в діловому письмі становлять: 1) знання визначеного лексичного запасу, у тому числі й термінів професійного спрямування, а також синонімів; знання особливостей лексичних одиниць і їх валентності; 2) знання правил застосування граматичних структур, офіційних стилів ділового письма, соціокультурних особливостей ділового писемного спілкування майбутніх маркетологів; 3) навички рецептивні та репродуктивні, зокрема лексичні навички розпізнавання лексичних одиниць у мовленнєвих моделях, навички сполучуваності лексичних одиниць у текстах-зразках; 4) навички розпізнавання й визначення жанрів ділового письма; 5) репродуктивні навички вибору та коректного вживання лексичних одиниць відповідно до жанрів ділового письма й семантики лексичних одиниць; 6) лек-

сична усвідомленість як уміння самотійно створювати індивідуальну систему власних лексичних знань і співвідносити лексичні одиниці з відповідними нормами (соціокультурними й етикетними) англійського ділового письма, варіювати вербальні засоби оформлення жанрів ділового письма [1; 5; 7; 14; 15; 16; 17; 18].

Аналіз особливостей сфери маркетингу, етикету ділових відносин і професійної діяльності маркетологів дав змогу виокремити ключові характеристики дискурсу майбутніх фахівців із маркетингу у двох аспектах:

- із соціально-когнітивного погляду – чутливість до факторів зовнішнього впливу й обмеження суспільної сфери діяльності маркетологів, професійних комунікативних ситуацій, соціальних позицій комунікантів, а також цілей і хронотопу такого спілкування;

- із лінгвістичного погляду – належність до лімітованого типу інституційного дискурсу, що піддається впливу й обмеженням з боку інтралінгвістичних факторів, а саме: офіційно-ділового стилю письма, домінуванню певних граматичних структур (пасивний стан, теперішній простий час, теперішні й минулі перфектні часи, а також тривалі), дотриманню стилістичних норм (повні закінчені речення, відсутність емоційно забарвлених знаків пунктуації (!, ☺), відсутності скорочень, за винятком аббревіатур власних назв, які відомі адресату, уживанню різноманітних непоширених слів-зв'язок, стилістично нейтральної лексики тощо) і застосуванню лексичних одиниць відповідного семантичного навантаження (massmarket, marketgrowth, marketsegment, growth, decrease, commercial, benefit, feature) [4; 5; 9; 10; 13; 17; 18].

Визначено, що ефективно формування в майбутніх маркетологів англійської лексичної компетентності засобом кейс-технології доцільно здійснювати на засадах компетентнісного, комунікативно-діяльнісного, диференційованого підходів [2; 7; 8; 10; 11; 12; 15; 17; 18].

Компетентнісний підхід передбачає комплексне одночасне формування в студентів відповідних основних компетентностей (комунікативної, особистісної, соціальної тощо), у тому числі формування англійської лексичної компетентності в діловому письмі, відтак сприяє усвідомленню здобувачами вищої освіти кінцевої мети й бажаного результату навчання [11; 17; 18].

Диференційований підхід орієнтується на диференціацію навчання відповідно до особливостей і навчальних потреб студентів певної групи (належний рівень англійської лексичної компетентності в діловому писемному спілкуванні майбутніх маркетологів) для створення комфортних умов розвитку потрібної компетентності та покращення контролю процесу її розвитку [11; 17; 18].

Комунікативно-діяльнісний підхід опирається на основні засади цілісного сприйняття системи іноземної мови як «мови в дії», засвоєння функцій мовного матеріалу (лексичних одиниць), а також взаємодії мовних і позамовних засобів крізь призму розвитку мовленнєвих навичок і вмінь у контексті створення фахово-орієнтованих зразків ділового письма, які відображають професійну сферу діяльності майбутніх маркетологів [10; 17; 18; 21].

Проблемно-ситуативний підхід передбачає формування в студентів умінь ефективного вирішення проблем, побудову вмінь продуктивної та ефективної (колективної) співпраці в команді, розвиток самостійності під час прийняття рішень, внутрішньої мотивації до навчання в контексті фахово-орієнтованих комунікативних ситуацій професійного спілкування маркетологів [17; 18; 19; 20].

Опираючись на вищезазначені підходи, фахово-орієнтований дискурс маркетологів і сутність і структуру досліджуваної компетентності, ми обрали основні дидактичні та методичні принципи формування в майбутніх маркетологів англomовної лексичної компетентності в діловому письмі, а саме: принцип зв'язку навчання із життям, наочності, свідомості, комунікативної й професійної спрямованості, а також запропоновано принцип орієнтації на провідні комунікативні ситуації професійного письма маркетологів [7; 12; 15; 17; 18].

Досліджуючи формування в майбутніх маркетологів англomовної лексичної компетентності в діловому писемному спілкуванні засобом кейс-технології [3; 14; 18], ми запропонували таке визначення цієї технології: кейс-технологія – це сукупність активних методів навчання, спрямованих на моделювання максимально наближених до природних проблемних комунікативних ситуацій

(професійного спрямування), що потребують певного вирішення. Кейс-технологія вважається ефективним засобом формування в майбутніх маркетологів англomовної лексичної компетентності в діловому письмі, оскільки під «кейсом» можна використовувати будь-яку максимально реалістичну комунікативну ситуацію (ділові переговори, підписання контрактів, вирішення конфліктної ситуації, ділові листи про співпрацю, укладання угод тощо).

Кожне індивідуальне вирішення «кейсу» має право на існування, а отже, кейс-технологія не передбачає єдиного правильного вирішення певної ситуації та сприяє гнучкості мислення й творчому підходу до вирішення професійних комунікативних ситуацій. Серед активних методів навчання, які застосовуються в межах реалізації досліджуваної компетентності, ми обрали такі: ділову й рольову гру, метод аналізу ситуацій, метод вирішення проблем тощо [17; 18]. Вищезазначені активні методи збігаються з концепцією кейс-технології та доповнюють процес її реалізації.

**Висновки.** Уважаємо, що визначені нами теоретико-методологічні основи формування англomовної лексичної компетентності в діловому письмі майбутніх маркетологів засобом кейс-технології є ефективними, а також сприятимуть успішній реалізації дистанційного навчання, зокрема вдосконаленню рівня володіння діловим письмом, у студентів економічних спеціальностей. Перспективи майбутніх наукових розвідок убачаємо в подальшому вивченні теоретичних основ і розробці практичної бази для формування англomовної лексичної компетентності в діловому спілкуванні в студентів інших нелінгвістичних спеціальностей.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Биконя О.П. Лінгвістичні особливості ділового англomовного електронного писемного мовлення. URL: <http://scaspee.com/all-materials/3754e6>.
2. Бутова Л.В. Диференційований підхід у навчанні англійської мови. *Таврійський вісник освіти*. 2011. № 4 (36). С. 174–178.
3. Долгоруков А. Метод case-study как современная технология профессионально-ориентированного обучения. URL: <http://evolkov.net/case/case.study.html>.
4. Ковальська Н.А. Релевантність економічного дискурсу / Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний університет ім. К.Д. Ушинського». URL: <http://naub.oa.edu.ua/2013/relevantnist-ekonomichnoho-dyskursu/>.
5. Кухта І.В. Іншомовна компетентність у контексті формування комунікативної культури студентів у процесі вивчення іноземної мови. URL: <http://conf.vntu.edu.ua/humed/2008/txt/Kuchta.php>.
6. Етика ділових відносин / О.Й. Лесько, Б.Д. Прищак, О.Б. Залюбівська, Г.Г. Рузакова. URL: [http://posibnyky.vntu.edu.ua/et\\_/32.htm](http://posibnyky.vntu.edu.ua/et_/32.htm).
7. 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.
8. Микитенко Н.О. Теорія і технології формування іншомовної професійної компетентності майбутніх фахівців природничого профілю : дис. ... докт. пед. наук : 13.00.02; 13.00.04 / Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка. Тернопіль, 2012. 534 с.

9. Олексенко Р.І., Краскова І.О., Поліщук М.М. Функції та роль маркетингу в сучасному господарюванні. *Ефективна економіка*. 2011. Вип. № 11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=777>.
10. Петрушенко О.О., Веленчук Т.Д. Комунікативні аспекти вивчення ділової іноземної мови у вищих навчальних закладах економічного профілю. *Збірник наукових праць Хмельницького інституту соціальних технологій Університету «Україна»*. 2011. Вип. 4. С. 131–136.
11. Пометун О.І. Дискусія українських педагогів навколо питань запровадження компетентнісного підходу в українській освіті. *Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи: Бібліотека з освітньої політики / під заг. ред. О.В. Овчарук*. Київ : К.І.С., 2004. С. 66–72.
12. Попков В.А., Коржуев А.В. Дидактика вищої школи : учебное пособие для студ. высш. учеб. заведений. 2-е изд., испр. и доп. Москва : Издательский центр «Академия», 2004. 192 с.
13. Серажим К. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність. [На матеріалах сучасної газетної публіцистики] : монографія / за ред. В. Різуна ; Київ. нац. університет ім. Тараса Шевченка. Київ, 2002. 392 с.
14. Сурмін Ю.П. Метод аналізу ситуацій (Case study) та його навчальні можливості. *Глобалізація і Болонський процес: проблеми і технології* : колективна монографія. Київ : МАУП, 2005. С.71–82.
15. Тарнопольський О.Б., Кожушко С.П. Принципи навчання ділової англійської мови студентів вищих навчальних закладів економічного профілю. *Лінгвометодичні концепції викладання іноземних мов у немовних вищих навчальних закладах України*. Київ : Видавн. Європейського ун-ту, 2003. С. 173–179.
16. Формирование лексических навыков : учебное пособие / под ред. Е.И. Пассова, Е.С. Кузнецовой. Воронеж : Интерлингва, 2002. 40 с.
17. Чорна І.Ю. Формування у майбутніх маркетологів англійської лексичної компетентності в письмі засобом кейс-технології : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02. Тернопіль, 2017. 268 с.
18. Чорна І.Ю. Формування у майбутніх маркетологів англійської лексичної компетентності в письмі засобом кейс-технології : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02. Тернопіль, 2017. 20 с.
19. Allen D.E., Duch B.J., Groh S.E. The power of problem-based learning in teaching introductory science courses. *L. Wilkerson, W.H. Gijsselaers (Eds.). Bringing problem-based learning to higher education: Theory and practice*. San Francisco : Jossey-Bass, 1966. P. 43–52.
20. Gallagher S.A. Problem-based learning: Where did it come from, what does it do, and where is it going? *Journal for the Education of the Gifted*. 1997. № 20 (4). P. 332–362.
21. Hymes D.H. On Communicative Competence. 1972. URL: [www.homes.uni-bielefeld.de/sgramley/Hymes-2.pdf](http://www.homes.uni-bielefeld.de/sgramley/Hymes-2.pdf)•PDFfile.

#### REFERENCES

1. Bykonja O. P. (2013) *Linhvistychni osoblyvosti dilovoho anhlovnoho elektronnoho pysemnoho movlennia*. [Linguistic Peculiarities of Electronic Business English Written Speech]. Retrieved from: <http://scaspee.com/all-materials/3754e6> (accessed 1.12.2021) [in Ukrainian].
2. Butova L. V. *Dyferentsiiovanyi pidkhid u navchanni anhliiskoi movy* [Differentiated Approach in English Language Studying]. *Taurian Bulletin of Education*, vol. 4, no. 36, pp. 174–178 [in Ukrainian].
3. Dolgorukov A. *Metod case-study kak sovremennaya tekhnologiya professional'no-orientirovannogo obucheniya* [Case-method as a Modern Technology of Professionally-Oriented studying]. Retrieved from: <http://evolkov.net/case/case.study.html> (accessed 1.12.2021).
4. Kovalska N. A. *Relevantnist ekonomichnoho dyskursu*. [The Relevace of the Economic Discourse] Derzhavnyi zaklad «Pivdennoukrainskyi natsionalnyi pedahohichnyi universytet im. K. D. Ushynskoho» [The State Institution «South Ukrainian National Pedagogical university named after K. D. Ushynsky»]. Retrieved from: <http://naub.ua.edu.ua/2013/relevantnist-ekonomichnoho-dyskursu/> (accessed 20.10.2021) [in Ukrainian].
5. Kukhta I. V. *Inshomovna kompetentnist u konteksti formuvannia komunikatyvnoi kultury studentiv u protsesi vyvchennia inozemnoi movy* [Foreign Competence in the Context of Formation of Students' Communicative Culture in the Process of Foreign Language Studying]. Retrieved from: <http://conf.vntu.edu.ua/humed/2008/txt/Kuchta.php> (accessed 12.10.2021) [in Ukrainian].
6. Lesko O. Y., Pryshchak B. D., Zaliubivska O. B., Ruzakova H. H. *Etyka dilovykh vidnosyn* [Ethics of Business Relations]. Retrieved from: [http://posibnyky.vntu.edu.ua/et\\_/32.htm](http://posibnyky.vntu.edu.ua/et_/32.htm) (accessed 12.10.2021) [in Ukrainian].
7. 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].

8. Mykytenko N. O. (2012) *Teoriia i tekhnologii formuvannia inshomovnoi profesiinoi kompetentnosti maibutnikh fakhivtsiv pryrodnychoho profilu* [Theory and Technologies of Formation of Foreign Language Professional Competence of Prospective Specialists of Natural Profile]. (Doctor's Thesis), Ternopil: Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University [in Ukrainian].
9. Oleksenko R. I., Kraskova I. O., Polishchuk M. M. (2011) *Funktsii ta rol marketynhu v suchasnomu hospodariuvanni* [Functions and Role of Marketing in Modern Management]. *«Efektyvna ekonomika»* [Effective Economics] (electronic journal), vol. 11. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=777> (accessed 7.11.2021) [in Ukrainian].
10. Petrushenko O. O., Velenchuk T. D. (2011) *Komunikativni aspekty vyvchennia dilovoi inozemnoi movy u vyshchyykh navchalnykh zakladakh ekonomichnoho profilu* [Communicative Aspects of Studying of Foreign Business Language in Higher Educational Institutions of Economic Profile]. Zbirnyk naukovykh prats Khmelnytskoho instytutu sotsialnykh tekhnologii Universytetu «Ukraina» [Collection of the Scientific Papers of Khmelnytsky Institute of Social Technologies of the University «UKRAINE»], vol 4, pp. 131–136. [in Ukrainian].
11. Pometun O. I. (2004) *Dyskusiia ukrainskykh pedahohiv navkolo pytan zaprovadzhennia kompetentnisnogo pidkhodu v ukrainskii osviti* [The Discussion of Ukrainian Teachers on the Implementation of the Competent Approach in Ukrainian Education]. *Kompetentnisnyi pidkhid u suchasni osviti: svitovyi dosvid ta ukrainski perspektyvy* [Competent Approach in Modern Education: World Experience and Ukrainian prospects]. Kyiv: «K.I.S.», pp. 66–72 [in Ukrainian].
12. Popkov V. A., Korzhuev A. V. (2004) *Didaktika vysshyey shkoly: ucheb. posobie dlya stud. vyssh. ucheb. zavedeniy. 2-e izd.*, [The Didactic Of Higher School: textbook for students of higher education institutions], 2-nd ed. Moscow: Akademy, pp. 192 [in Russian].
13. Serazhym K. (2002) *Dyskurs yak sotsiolingvalne yavlyshche: metodolohiia, arkhitektonika, variatyvnist* [Discourse as a Sociolinguistic Phenomenon: Methodology, Architectonic, Variability]. Kyiv: Taras Shevchenko National University of Kyiv [in Ukrainian].
14. Surmin Yu. P. (2005) *Metod analizu situatsii (Case study) ta yoho navchalni mozhyvosti* [Method of Analysis of Situation (Case study) and It's Educational Opportunities]. *Hlobalizatsiia i Bolonskyi protses: problemy i tekhnologii* [Globalization and the Bologna Process: problems and technologies]. Kyiv: MAUP, pp.71–82 [in Ukrainian].
15. Tarnopolskyi O. B., Kozhushko S. P. (2003) *Pryntsypy navchannia dilovoi anhliiskoi movy studentiv vyshchyykh navchalnykh zakladiv ekonomichnoho profilu. Lihvometodychni kontseptsii vykladannia inozemnykh mov u nemovnykh vyshchyykh navchalnykh zakladakh Ukrainy* [Principles of Business English Teaching to Students of Higher Educational Institutions of Economic Profile]. Kyiv: European University, pp. 173–179 [in Ukrainian].
16. Passov E. I., Kuznetsova E. S. (ed.) (2002) *Formirovanie leksicheskikh navykov: uchebnoe posobie*. [Formation of Lexical Skills] Voronezh: Interlingva, pp. 40 [in Russian].
17. Chorna, I. Yu. (2017) *Formuvannia u maibutnikh marketolohiv anhlomovnoi 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].
18. Chorna, I. Yu. (2017) *Formuvannia u maibutnikh marketolohiv anhlomovnoi 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].
19. Allen, D. E., Duch, B. J., & Groh, S. E. (1966). The power of problem-based learning in teaching introductory science courses. In L. Wilkerson & W. H. Gijsselaers (Eds.), *Bringing problem-based learning to higher education: Theory and practice*. San Francisco: Jossey-Bass, pp. 43–52.
20. Gallagher, S. A. (1997). Problem-based learning: Where did it come from, what does it do, and where is it going? *Journal for the Education of the Gifted*, 20 (4), pp. 332–362.
21. Hymes, D. H. (1972) *On Communicative Competence* In: J. B. Retrieved from: [www.homes.uni-bielefeld.de/sgramley/Hymes-2.pdf](http://www.homes.uni-bielefeld.de/sgramley/Hymes-2.pdf)•PDFfile (accessed 12.11.2021).