

## ОТКРЫТОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

УДК 800:37

Анисимова Л.А.

Тольяттинская академия управления

## МОДУЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ АНГЛОЯЗЫЧНОГО КУРСА В СОЧЕТАНИИ С ИНФОРМАЦИОННЫМИ ТЕХНОЛОГИЯМИ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ У СТУДЕНТОВ СПОСОБНОСТИ К АВТОНОМИИ И САМООРГАНИЗАЦИИ\*

*Аннотация.* В статье представлен опыт разработки и внедрения в учебный процесс дистантного ридинг-модуля на материале аутентичного англоязычного материала о международном маркетинге. Автор статьи различает понятия дистанционный курс и дистантный модуль. Материалы модуля учебного процесса представлены в виде электронного учебника и предполагают обязательное использование информационных технологий и тестов-тренинговой системы (ТТС) для проверки уровня усвоения материала. Модуль рассматривается как часть направления «английский для специальных целей». Однако он ориентирован не на получение конкретных языковых знаний, а на развитие познавательного потенциала, изучение принципов международного маркетинга с помощью английского языка как инструмента и формирование способности студента к автономии и самоорганизации.

*Ключевые слова:* дистантный англоязычный модуль, модуль учебного процесса (МУП), ридинг-модуль, информационные технологии, тестов-тренинговая система (ТТС), автономия, самоопределение, самоорганизация.

А. Anisimova

Togliatti Academy of Management

ENGLISH MODULE BASED ON INFORMATION TECHNOLOGIES TO FORM STUDENTS' ABILITY TO AUTONOMY AND SELFORGANIZATION

*Abstract.* The article represents the experience of designing and introducing into educational process a distant reading module based on the authentic English materials about international marketing. The author of the article

\* © Анисимова Л.А.

differentiates the notions «distance course» and «distant module». All materials are organized in the form of the electronic book and propose suggest obligatory use of information technologies and test and training system application with the purpose to check the level of students' understanding. From methodological point of view the module belongs to «English for specific purposes» direction. However it is not orientated at providing specific language knowledge, but at teaching the principles of international marketing with the help of the English language as an instrument, as well as at developing cognitive potentials, the formation of students' ability to work independently and self organize.

*Key words:* English distant module, educational process module, reading-module, information technologies, test and training system, autonomy, self organization.

В связи с пересмотром концепции российского образования и её модернизацией Минобрразования РФ определяет в качестве основной задачи профессионального образования подготовку квалифицированного работника соответствующего уровня и профиля, конкурентоспособного на рынке труда, компетентного, ответственного и организованного, свободно владеющего своей профессией и ориентированного в смежных областях деятельности, способного к эффективной работе по специальности на уровне мировых стандартов.

Одним из основных условий успешной реализации реформ в системе образования является формирование понимания необходимости перемен у различных групп, вовлечённых в процесс изменений в сфере образования. С.А. Малявина выделяет девять основных

групп (органов и лиц), которые влияют на изменения в образовании: 1) государственное управление системой образования, 2) сотрудники областных и муниципальных органов управления образованием, 3) руководители образовательных учреждений, 4) учителя-преподаватели, 5) родители, 6) учащиеся, 7) СМИ, 8) профессиональное сообщество, 9) инвесторы/работодатели [5, 6-17].

В данной статье мы остановимся на группах «студент» и «преподаватели». Преподаватель должен выполнять различные функции носителя новых форм и содержания изменённого образования, транслятора инновационных форм и методов, современных образовательных и методических тенденций, разработчика новых образовательных и методических технологий, управленца-менеджера учебным процессом: для того, чтобы студент – будущий специалист – смог соответствовать требованиям времени.

В контексте поставленной проблемы значимым является понимание того, что современное общество строится не просто на грамотности — умении читать, писать и считать. Каждому российскому гражданину сегодня необходимо, как минимум, освоить: компьютерную грамотность, иностранные языки (или хотя бы один иностранный язык – английский), основы экономики, основы поведения в новом постперестроечном обществе, основы поведения в организации. Наличие перечисленного набора компетенций — обязательное условие для того, чтобы гражданин не только чувствовал себя полноценным в обществе, но и мог профессионально развиваться.

В свете обозначенной проблемы преподаватель иностранных языков в неязыковом вузе, обучая будущих специалистов, готовя их для отечественной экономики, прежде всего, обязан владеть широким спектром техник и умений, среди которых главными становятся гибкость подхода к своему предмету; способность анализировать происходящие в образовании изменения и своевременно реагировать на них; умение пересмотреть учебные программы, учитывая современные тенденции; умение внедрить инновационные образовательные технологии в учебный процесс. Следовательно, главной задачей преподавателя является переосмысление своей деятельности с учётом современных мировых тенденций в образовании и отказ от старых стереотипов.

Сегодня «основной проблемой любого про-

фессионального образования является переход от актуально осуществляемой учебной деятельности студента к усваиваемой им профессиональной деятельности: в рамках одного типа деятельности необходимо «вырастить» принципиально иной» [3]. Исходя из этого, можно утверждать, что обучение иностранному языку ориентировано не столько на получение конкретных языковых знаний или формирование некоторых частных умений и навыков, сколько на развитие познавательного потенциала личности, повышение способности к обучению, формирование автономии и самоорганизации, развитие творческих способностей личности и расширение её творческого потенциала.

Поэтому значимым фактором является обсуждение вопроса организации и различных форм занятий по английскому языку в неязыковом вузе с применением информационных технологий, позволяющих создать новую обучающую среду. Ведь компьютер как техническое средство, используемое в процессе обучения, меняет форму обучения и создаёт новые условия.

*Англоязычный модуль учебного процесса* (далее – МУП) «Readings in Marketing» (далее – «RMkt»), предназначенный для студентов третьего курса специальностей «менеджмент», «финансы» и «кредит» в Тольяттинской академии управления (далее – ТАУ), можно рассматривать как одно из звеньев процесса развития личности будущего менеджера, экономиста или финансиста посредством собственного стремления студента к учению и анализа опыта его профессиональной деятельности в области маркетинга.

*Особенность МУПа «RMkt»* состоит в том, что он является **«ридинг»-модулем**, который предлагается студентам в **дистантном режиме**. Рассмотрим два ключевых понятия – **«модуль»** и **«дистантный модуль»**.

**Модульное построение курсов** становится всё более популярным в учебном процессе применительно к языковым курсам (Л.А. Анисимова, Е.Н. Соловова, Ю.Б. Кузьменкова, Е.С. Маркова).

В ТАУ мы перешли к построению англоязычных курсов по принципу модульной организации с 1999-2000 учебного года. Под *модулем учебного процесса (МУПом)* мы понимаем содержательную учебную единицу, которая представляет собой автономный законченный мини-курс («мини» – потому, что по продолжительности он короче, чем семестр: в течение семестра может быть не-

сколько МУПов), имеющий определённую форму отчётности по его завершении на финальном занятии – контрольном мероприятии (КМ) [1].

МУПы построены с учётом таких компонентов, как тематичность и целенаправленность. Так, вышеупомянутый модуль «RMkt» рассматривает широкий круг вопросов, связанных с маркетинговой деятельностью различных глобальных компаний. Маркетинговый процесс, понимание поведения покупателей и рынков, нахождение целевых рынков, сегментирование и позиционирование на потребительском рынке, маркетинговые возможности, организация маркетинговой кампании являются темами данного модуля, которые выстроены в определённой последовательности. МУП «Rmkt» является интеграцией тематического и целевого модуля учебного процесса.

В то же время, учитывая целенаправленность МУПа, предполагается, что, по его завершении, *студент должен: овладеть способностью организовать своё личное время, быть автономным и организованным, уметь прочитать за определённое время большой объём англоязычного профессионально ориентированного аутентичного материала; проанализировать его и выделить инструменты и механизмы, формы организации работ маркетинговых агентств, механизмы привлечения потребителей и потенциальных клиентов, способы учёта международной практики; уметь работать в группе.*

*Студент должен быть способным сопоставить прочитанный материал о международном маркетинге с деятельностью маркетинговой службы или отдела любой российской компании; проанализировать маркетинговую деятельность реально существующей российской компании (по выбору студента); сделать командную презентацию о маркетинговой деятельности российской компании в программе Power Point.*

Таким образом, основной целью МУПа «RMkt» является не обучение английскому языку, а изучение принципов международного маркетинга с помощью такого эффективного инструмента, как английский язык и формирование способности к автономии и самоорганизации.

В основу положен сознательно-коммуникативный подход, сочетающий в себе системное освоение материала в отрыве от естественной языковой среды и использование разных видов ситуаций, имитирующих коммуника-

цию в сфере маркетинга, а также лично ориентированный подход. МУП характеризуется чёткой структуризацией содержания, динамичностью и гибкостью, использованием метода деятельности.

Обратимся ко второй особенности МУПа «RMkt». В современной российской педагогике при обсуждении обучения с помощью информационных технологий используются два термина – «дистанционный» и «дистантный». Мы считаем, что между этими терминами существует различие.

Слово «дистанционный» произошло от латинского “distantia” — «расстояние». «Дистанционный» означает «действующий на расстоянии» [2]. «Дистанционное обучение» означает обучение на расстоянии с использованием электронных и информационных технологий [4]. *Дистанционная форма* обучения признана в РФ одной из форм получения образования, которая рассматривается как элемент в системе непрерывного образования. *При дистанционном образовании* в центре обучения находится деятельность учения, а не преподавания, познавательная деятельность ученика, учитывающая его индивидуальные возможности и способности. Ведь основная цель системы образования в условиях информационного общества – интеллектуальное и нравственное развитие личности, формирование критического и творческого мышления, умения работать с информацией [6]. При этом очевидно, что лично ориентированные технологии в дистанционном обучении повышают образовательный уровень учебного процесса.

Термин «дистантный» произошёл от английского прилагательного «distant» – значение этого слова связано не только с расстоянием, расположением и временем, например, «far away, remote in time», но и указывает на *автономию, на некоторую степень отстранённости*: «Far removed in relationship» [9]. В словаре синонимов П.М. Роджетса среди большого количества синонимов, указывающих на отдалённость, связанную с расстоянием, есть слово «separate» со значением «отдельный, автономный, самостоятельный» [8].

Задача преподавателя в обоих случаях состоит в эффективной организации учебного процесса – это значит, что студенты должны иметь возможность получать необходимые знания (они смогут использовать их для решения различных задач – личных, познавательных, практических и профессиональных;

обсуждать возникающие проблемы; искать и находить дополнительную информацию для решения поставленной задачи; вести наблюдения, иметь возможность оценивать свои успехи и недочёты). Для представленного МУПа мы используем термин *дистантное обучение* – это целенаправленный, но автономный и самостоятельный учебный процесс, в котором планомерно организуется взаимодействие преподавателя, отдельного студента и всей группы студентов.

В дистантном МУПе преподаватель задаёт определённые рамки работы, но алгоритм действий не задаётся. Студент сам выбирает стратегию и техники выполнения поставленных задач, то есть он самоорганизовывается. Акцент делается не на расстоянии, а на *способности студента самоопределиться и самоорганизоваться, работать автономно, самостоятельно*, пошагово выполняя инструкции и рекомендации разработчика курса и тьютера. *Автономия, самоопределение и самоорганизация – основные факторы при дистантном режиме обучения.* Студент выполняет задания в индивидуальном режиме, с учётом временных рамок на выполнение заданий, в том числе и контрольных тестовых заданий. Принцип «я сам способен овладеть» является приоритетным. В данном контексте понятие *способность* рассматривается как искусственно сформированная форма умения за счёт тренингов по овладению способом действия.

Организационно дистантный МУП предполагает: прохождение материала в определённой группе и конкретном вузе (студенты одного курса и вуза). Студент может работать не только в компьютерном классе учебного заведения, но в любом месте, где имеется выход в Интернет в соответствии с расписанием; он также имеет свободный доступ к преподавателю для консультаций. Более того, студенты имеют право на чтение определённой заранее порции конкретного материала с экрана компьютера в любое удобное для них время, если по какой-то причине они не справились с объёмом материала в отведённое в расписании время.

Обязательным условием является наличие жёстких временных рамок на анализ, обработку и выполнение контрольных тестовых заданий с использованием тестов-тренинговой системы (далее ТТС) одновременно с разных мест, но в чётко установленное время для входа и выхода из системы.

Структура и содержание названного англоязычного МУПа строилась с учётом реали-

зации таких принципов, как *коммуникативность, профессиональная направленность, автономность, аутентичность материалов, культурологическая направленность* (социокультурная и межкультурная компетенции в контексте диалога различных деловых культур, в частности американской и российской).

Основу учебного процесса в данном дистантном МУПе составляет целенаправленная и контролируемая преподавателем или тьютером деятельность студента. Основными компонентами МУПа являются электронный учебник и интернет-ресурсы, контакт с преподавателем по электронной почте, посредством участия в форуме или чате.

Таким образом, развивается не только способность студента работать автономно, самостоятельно с электронным аутентичным англоязычным материалом (*языковая компетенция*), но и происходит специализация в области международного маркетинга и маркетингового управления, развиваются аналитические способности за счёт сравнения двух различных маркетинговых систем, тренируются техники оперирования информационной системой (*компьютерная и информационная компетенции*).

МУП «Rmkt» способствует развитию *теоретического, практического и критического мышления* студента, столь важного для будущего специалиста. Как указывалось выше, требованием МУПа является *подготовленная командная (не более пяти человек в группе) презентация* о маркетинговой кампании российской компании, с которой студенты сотрудничали, с учётом изученной информации о международном маркетинге. Презентация делается на контрольном мероприятии. За счёт организации работы в группах тренируются не только языковые и содержательные аспекты, но и *техники презентации информации*, а также необходимые должностные качества, способности к управленческой деятельности, принятию коллективного решения.

Несмотря на большое количество теоретической и прикладной информации, необходимой студенту, основной единицей содержания выступает не «порция информации», а проблемная ситуация, предполагающая включение *продуктивного мышления* студента. Анализ маркетинговой деятельности одной из проблемных российских компаний с учётом прочитанной информации по международному маркетингу, выделение особен-

ностей маркетинга в России, проектирование маркетинговой кампании для бизнес-единицы и презентация этой маркетинговой кампании, на наш взгляд, являются проблемной ситуацией, а прочитанный и проанализированный текст должен инициировать появление проекта по реальной теме «Маркетинговое управление X компанией» и возможное внедрение результатов проекта в практику.

При подготовке командной презентации происходит не только осмысление прочитанного материала о международном маркетинге и возможности применения этого материала в российской действительности, но и – как результат анализа – переосмысление, видоизменение накопленного опыта, т.е. происходит *самоопределение* и переход от учебных текстов как носителей определённого опыта к профессиональной деятельности.

Методы обучения — информационно-рецептивный, репродуктивный, продуктивный. Электронный учебник, предлагаемый студентам для прочтения и переработки информации, является версией англоязычного учебника «Marketing» американских авторов – Berkowitz Eric, Kerin Roger, Hartley Steven, Rudelius William [7]. МУП предназначен для студентов, имеющих устойчивые навыки владения английским языком и речью. Безусловно, студенты опираются на языковую компетенцию, сформированную при изучении языковых интегрированных коммуникативных модулей: English for General Purposes, General Business English, Business English, English for Professional Development.

Методически МУП «Rmkt» можно рассматривать как часть направления «английский для специальных целей» (English for Specific Purposes). Изучение английского языка является вторичным и происходит в другой организационной форме, отличной от классно-урочной интерактивной формы. Техники, которыми студент овладевает параллельно с содержанием: *техники чтения* (профессионально ориентированное чтение оригинальных англоязычных текстов является фактором, обуславливающим развитие как познавательной, так и профессиональной мотивации студентов), *умение выделить главное, конспектирование, сравнение и предъявление информации в виде презентации*.

МУП «Rmkt» рассчитан на 48 часов работы в компьютерных классах. Для объективной оценки уровня обученности студентов в рамках МУПа используются такие инструменты, как:

1) экспертная оценка преподавателей при проверке заданий типа “Concept Check Questions” и эссе;

2) тесты с использованием информационных технологий — тесто-тренинговой системы ТАУ, разработанные автором статьи.

Структурно МУП состоит из 12 тем-блоков. Каждая тема рассчитана на 4 часа работы в аудитории и самостоятельную работу, то есть студенты могут работать в соответствии с индивидуальной траекторией. Доступ к электронному учебнику не ограничен. Каждый студент сам оценивает свои возможности и способности и двигается в рамках МУПа самостоятельно, но с учётом чётких рамок на продолжительность уридинг-модуля.

После каждого информативного блока студенты должны выполнить тест в тесто-тренинговой системе (ТТС). Отметкой о присутствии студента на занятии является вход в ТТС и выполненный тест (не менее 60%) после каждого информативного блока. ТТС доступен только в определённое разработчиками модуля и учебным отделом время. На выполнение теста даётся 45 минут. Если студент принял решение о выполнении теста в стенах Академии, то он должен помнить, что одновременно в каждом компьютерном классе могут тестироваться 20 человек. Каждый тест состоит из 200 вопросов. Тесто-тренинговая система выдаёт каждому студенту 10 вопросов, которые отличаются от вопросов для оставшихся девятнадцати студентов, совпадения исключаются.

Студент может посещать консультации, которые проводятся преподавателем или тьютором один раз в неделю. На консультации студент может обсуждать языковые и содержательные вопросы.

МУП не предусматривает тренировку или «дрилинг» лексических единиц. Расширение словарного запаса происходит индивидуально, у каждого студента по-разному. Однако за счёт систематического чтения содержательного профессионально ориентированного материала, безусловно, происходит расширение словарного запаса. Термины, аббревиатуры, терминологические фразы и нетерминологические клише, характерные для сферы маркетинга, способствуют увеличению пассивного словарного запаса приблизительно в объёме от 700 до 1000 лексических единиц, из которых 500-800 относятся к общеупотребительной лексике и 200-300 – к специальной.

МУП не предусматривает также изучение или повторение грамматического материала.

Предполагается, что студент на данном этапе обучения знает и понимает систему и структуру английского языка. У него достаточно знаний, полученных на ранних стадиях обучения в ТАУ. В случае, если студент испытывает трудности с пониманием содержания, то он имеет возможность обратиться за дополнительной консультацией к преподавателю, получить разъяснения или рекомендации, как выйти из затруднительной ситуации. По опыту работы можно сказать, что такие случаи единичны.

Содержание самостоятельных занятий складывается из следующих видов деятельности:

- 1) чтения аутентичных профессионально ориентированных текстов;
- 2) выполнения тестов в ТТС на материале прочитанной информации;
- 3) написания аналитического эссе «Особенности российского маркетинга»;
- 4) написания двух эссе по материалам электронного учебника, ответы на вопросы, сформулированные разработчиками курса (Concept Check Questions);
- 5) работы со справочной литературой и словарями;
- 6) подготовки к презентации о маркетинговой деятельности любой российской компании, с использованием принципов и положений международного маркетинга;
- 7) описания собственного профессионального опыта работы;
- 8) устной презентации маркетинговой кампании фирмы или компании.

В заключение следует сказать, что использование подобного рода учебных курсов с привлечением информационных компьютерных технологий позволяет охватить одновременно большое количество студентов. При этом за модуль отвечает один преподаватель и два тьютера из числа старшекурсников. В коман-

дной деятельности участников проекта (разработка и презентация маркетинговой кампании) создаются условия для формирования таких качеств, как автономия, самоопределение и самоорганизация, профессиональное развитие личности будущего менеджера и экономиста.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Анисимова Л.А. Профессионально-ориентированная иноязычная подготовка в инновационном вузе на основе кредитно-модульного подхода в условиях реформирования образования/ Сборник научных статей ежегодной межвузовской конференции «Практика обучения иностранным языком студентов разных специальностей в неязыковом вузе» / С. 4-15. – Самара: САГА. – 2008. – 92 с.
2. Большой словарь иностранных слов / Москвин Ю.А. – Москва: Цетрополиграф; ООО «Полус», 2001. – С. 204.
3. Вербицкий А.А., Бакшаева. Проблема трансформации мотивов в контекстном обучении. – loc. [http://www/brsu/brest/bv/pages/psvchoulouv/issues/1997\\_973/97301.htm](http://www/brsu/brest/bv/pages/psvchoulouv/issues/1997_973/97301.htm) от 22.05. 2008 (дата обращения – апрель, 2006).
4. Краткий словарь современных понятий и терминов / 3-е изд./ Н.Т. Бурнимович, Г.Г. Жаркова, Т.М. Корнилова и др. – М.: Республика, 2000. – С.158.
5. Малявина С.А. Проектирование социальных изменений в системе общего образования. – Тольятти, 2005. – С. 6-17.
6. Полат Е.С. Ещё раз к вопросу о педагогических технологиях дистанционного обучения / Сб. статей II Международной научно-практической конференции / Отв. ред. А.Л. Назаренко. – Москва: МГУ, 2006. – 345 с.
7. Berkowitz, Kerin, Hartley, Rudelius. Marketing, 2nd dition, Irwin/McGraw-Hill, 2000. – P. 735.
8. Roget's P.M. 21st Century Thesaurus in dictionary form/Barbara Ann Kipfer. – New-York; Library of Congress Cataloging-in-Publication Data, 1992. – 978 p.
9. The Webster Dictionary and Thesaurus of the English language. Lexicon Publications, INC., Danbury, CT, 1999. – P. 472.