

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ УКРАИНЫ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ВЫСШЕЕ УЧЕБНОЕ ЗАВЕДЕНИЕ  
«ПРИАЗОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»**



**МЕЖДУНАРОДНАЯ  
НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ  
«УНИВЕРСИТЕТСКАЯ НАУКА-2018»**

**ТЕЗИСЫ ДОКЛАДОВ**

**Том 3 - факультеты: экономический, социально-гуманитарный, инженерной и языковой подготовки**

**г. Мариуполь, 23-24 мая 2018 г.**

торгівлі й громадських послуг». Вона – «привілейований засіб зв'язку між державами франкомовної спільноти».

Як відомо, Французька Академія (Académie Française) докладає максимум зусиль щоб обмежити проникнення будь-яких іншомовних запозичень у французьку мову. Таким чином, французи не хочуть використовувати англіцизми, бо для них – це питання самосвідомості й ідентичності. Ця нація дуже прив'язана до традицій і коріння своєї самобутності та своєї мови, яка є невід'ємною складовою їхньої національної єдності. Отже, французька мова виступає зв'язуючою ланкою між їхньою культурою та самосвідомістю. Тому більшість французів (92%) виступили проти введення англійської як єдиної мови для всієї Європи.

Як бачимо, ставлення французів до англійської мови й англіцизмів досить складне і неоднозначне, що зумовлюється «складністю» відносин цих двох найбільших європейських націй, їхнім постійним суперництвом в сфері політики й економіки, науки й техніки, мистецтва, культури й спорту, як і їхньою непростою спільною історією. Ця «історія кохання – ненависті» за влучним виразом Франсуа Тувенена не могла не вплинути на «складні», суперечливі, але дуже цікаві для вивчення «взаємини» цих двох мов.

Аналіз спеціальної літератури дає підстави стверджувати, що процес запозичення іншомовної лексики є природним, бо зумовлюється взаємодією й взаємовпливом двох мов. З одного боку використання запозичень у розумній мірі сприяє її збагаченню та укріпленню, тому можна розцінювати англіцизми як один з могутніх факторів розвитку французької мови на лексичному рівні. З іншого ж, бездумне та неконтрольоване використання англіцизмів переобтяжує та притлумлює мову і може призвести до її засмічення іншомовними ксенізмами (barbarismes) та неминучої примітивізації й деградації національної мови, що зрештою може поставити під загрозу збереження мовного розмаїття.



## **СЕКЦІЯ: ТУРИЗМ**

### **СУЧАСНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ БАКАЛАВРІВ З ТУРИЗМУ ВІДПОВІДНО ДО ВИМОГ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА**

О. К. Любчук, проф., д-р наук з держ. упр., ДВНЗ «ЛДТУ»

Проблема якості фахової підготовки набуває все більшого значення у зв'язку з розбудовою освітнього професійного простору



– розвиток комунікативної культури майбутніх фахівців сфери обслуговування як складової їх професійної компетентності з метою розвитку особистих і ділових якостей через оволодіння комунікативною компетентністю;

– уміння конструктивно спілкуватися на всіх етапах процесу обслуговування;

– встановлення й підтримка контактів з клієнтами з урахуванням вікових, статусних і соціально-культурних характеристик;

– подолання комунікативного бар'єру.

Проходження виробничої практики в Польщі надає значні переваги у подальшому навчанні студента та професійному становленні:

– отримання практичних навичок, досвіду та знань у роботі за фахом;

– самореалізація та набуття впевненості у власних силах;

– набуття знайомств не тільки особистих, але й професійних, які можуть виявитися дуже корисними у майбутньому;

– знайомство з національною особливістю сфери обслуговування і відпочинку, мовним і культурним середовищем країни перебування;

– удосконалення іноземної мови та професійної лексики.

Для того, щоб майбутній фахівець сфери обслуговування був незалежним від зовнішніх впливів у досягненні професійної мети, він має будувати якомога більше позитивних стосунків. Формування комунікативної культури фахівців сфери обслуговування забезпечується взаємозв'язком професійних, психологічних, естетичних, культурологічних знань і вмінь; постійної самостійної роботи, самоосвіти та самовдосконалення, реалізації сучасних педагогічних технологій у комунікативній підготовці фахівців.

## **НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ УСПІШНОСТІ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «ТУРИЗМ»**

О. М. Гривцова, ст. лаборант кафедри туризму, ДВНЗ «ЛДТУ»

Проблема якості підготовки фахівців є однією із актуальних для розвитку туристичного сектору економіки України. Туристичний ринок востаннє десятиріччя знаходиться в стані подальшого розвитку, як екстенсивного та інтенсивного розвитку в багатьох країнах світу. Впровадження нових технологій на основі наукових розробок від управління до надання послуг сприяє інтенсивному розвитку тур індустрії. Це пред'являє нові вимоги до підготовки фахівців в галузі



тому числі для фламбування страв, офіціантські таці з різних матеріалів та різних форм, набори для шиття, ножиці, стрічка, шнури, праска, тематичні демонстраційні столи для подавання аперитиву, тематичні демонстраційні столи для арт-майстр-класу зі складання серветок, барна стійка з відповідним обладнанням, інвентарем та посудом для приготування та подавання напоїв, барні стільці, комплекти для прибирання столів.

## ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАТИВНОЇ ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «ТУРИЗМ» З НІМЕЦЬКОЇ МОВИ

С.С.Єльцова, ст. викладач, ДВНЗ «ПДТУ»

**Мета** дисципліни «Друга іноземна мова» (німецька мова після англійської) – навчити майбутніх туризмознавців іншомовному міжкультурному спілкуванню в типових комунікативних сферах та ситуаціях, що є важливими для студентів, і в межах передбаченої програмою тематики. Досягнення цієї мети забезпечується формуванням і розвитком у студентів міжкультурної компетенції, яка включає в себе наступні компоненти:

**мовна компетенція:** засвоєння фонетичного, граматичного, лексичного матеріалу в межах передбаченої програмою тематики, необхідного для реалізації комунікативного наміру у відповідних сферах і ситуаціях спілкування; розвитку уміння та навичок читання адаптованих та оригінальних текстів, здатності точно й адекватно розуміти текст;

- **мовленнєва компетенція:** розвиток умінь і навичок монологічного, діалогічного та писемного мовлення; формування у студентів релевантної комунікативної ситуації мовленнєвої поведінки; формування уміння сприймати та розуміти монологічні та діалогічні висловлювання носіїв мови в межах соціально-побутової, сімейної, соціально-культурної тематики в середньому темпі мовлення;

- **лінгвосоціокультурна компетенція:** оволодіння лінгвокраїнознавчими, соціокультурними і соціально-психологічними навичками, знаннями та вміннями, які забезпечують здатність та готовність особистості до міжкультурного діалогу; формування толерантності;

- **комунікативно-професійна компетенція:** формування елементарних навичок комунікативної поведінки у сфері професійного спілкування (відповідно до сфери спілкування).



забезпечить можливість як проходження якісної практики, так і подальшого працевлаштування і ефективного використання фахівців з туризму. Таким чином, враховуючи особливості Маріуполя як великого промислового міста України та можливості ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» підготовка фахівців за спеціальністю «Туризм» здійснюється на основі світових тенденцій щодо розвитку туризму відповідно до запитів сучасних споживачів туристичних послуг.

### **ЗАВДАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЦЕНТРУ «ТУРИЗМОЗНАВСТВА» КАФЕДРИ ТУРИЗМУ**

Г. М. Євдокімова, зав. лабораторією кафедри туризму ДВНЗ «ПДТУ»

Відповідно до наказу ректора ДВНЗ «ПДТУ» 21 січня 2015 року було розроблено положення про лабораторію «Центр туризмознавства». Діяльність лабораторії регламентується законодавством України положенням про вищі державні навчальні заклади, статутом ДВНЗ «ПДТУ», наказами та розпорядженнями ректора і проректорів та завідуючим кафедри туризму, положенням. Відповідно до положення лабораторія «Центр туризмознавства» є основним навчально-науковим структурним підрозділом кафедри туризму.

Метою створення лабораторії «Центр туризмознавства» є: організація учбового процесу з підготовки фахівців і на допомогу студентам в їх індивідуальному навчанні і самостійній роботі; проведення всіх видів практичної та дисциплінарної і міждисциплінарної підготовки та науково-досвідної роботи студентів передбачених циклом професійної та практичної підготовки; проведення практичних занять професійно-орієнтованих дисциплін, організаційно-технологічних дисциплін, управлінських та маркетингових дисциплін; здійснення досліджень для написання курсових та дипломних проектів.

Основними задачами лабораторії є: удосконалення процесів розроблення і реалізації туристичних продуктів, що відповідають вимогам споживачів; виявлення і оцінювання інноваційно-технологічних ризиків при реалізації туристичних продуктів; проведення комплексних наукових досліджень у сфері туризму; системний аналіз ринку туристичних послуг і прогнозування його розвитку з метою ефективного функціонування туристичної індустрії і забезпечення запитів споживачів; розроблення і впровадження інноваційних технологій реалізації туристичних продуктів і науковий супровід туристичної діяльності.