



TJAS

Thematic Journal of Applied Sciences

informing scientific practices around the world
through research and development

Thematic Journal of Applied Sciences

Volume 4, No. 3, May 2024

Internet address: <http://ejournals.id/index.php/TJAS/issue/archive>

E-mail: info@ejournals.id

Published by ejournals PVT LTD

Issued Bimonthly

Chief editorS.

G. Ahmed

Professor of Computational Mathematics and Numerical Analysis Faculty of Engineering, Zagazig University, Zagazig, Egypt, P. O. Box 44519

Requirements for the authors.

The manuscript authors must provide reliable results of the work done, as well as an objective judgment on the significance of the study. The data underlying the work should be presented accurately, without errors. The work should contain enough details and bibliographic references for possible reproduction. False or knowingly erroneous statements are perceived as unethical behavior and unacceptable.

Authors should make sure that the original work is submitted and, if other authors' works or claims are used, provide appropriate bibliographic references or citations. Plagiarism can exist in many forms - from representing someone else's work as copyright to copying or paraphrasing significant parts of another's work without attribution, as well as claiming one's rights to the results of another's research. Plagiarism in all forms constitutes unethical acts and is unacceptable. Responsibility for plagiarism is entirely on the shoulders of the authors.

Significant errors in published works. If the author detects significant errors or inaccuracies in the publication, the author must inform the editor of the journal or the publisher about this and interact with them in order to remove the publication as soon as possible or correct errors. If the editor or publisher has received information from a third party that the publication contains significant errors, the author must withdraw the work or correct the errors as soon as possible.

OPEN ACCESS

Copyright © 2024 by Thematics Journals of Applied Sciences

CHIEF EDITOR

S.G. Ahmed

*Professor of Computational Mathematics and Numerical Analysis Faculty
of Engineering, Zagazig University, Zagazig, Egypt, P. O. Box 44519*

EDITORIAL BOARD

Yu Li

*Wuhan University of
Technology, China*

Seung Man Yu

*Seoul National University of Science
and Technology, South Korea*

Syed Saeid Rahimian Kolor

*Universiti Teknologi Malaysia,
Malaysia*

Eko Susanto

Menegment of journal Indonesia

Siti Mazlina Mustapa Kamal

Universiti Putra Malaysia, Malaysia

ELSEVIER



SSRN

Universal
Impact Factor



ПРОБЛЕМЫ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ СТРАТЕГИЙ ПРЕПОДАВАНИЯ ДЕЛОВОЙ ЛЕКСИКИ УЧАЩИМСЯ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ

Хафизов Аброр Алишер угли,
Преподаватель в МИАУз.
abrorbek.hafizov92@gmail.com

Аннотация: Обучение студентов высших учебных заведений бизнес-лексике представляет множество проблем, включая сложность языка, отсутствие контекстуального понимания, разнородность студенческих групп, мотивационные проблемы, педагогические ограничения и трудности в оценке. Это исследование рассматривает эти вопросы через обзор литературы и опрос преподавателей бизнес-дисциплин в высших учебных заведениях. Результаты подчеркивают важность практического применения и интерактивных методов обучения для повышения результатов обучения. Рекомендации включают интеграцию реальных бизнес-сценариев, продвижение стажировок и использование разнообразных стратегий оценки.

Введение

Бизнес-лексика необходима для студентов, стремящихся сделать карьеру в мире бизнеса, обеспечивая основу для эффективного общения, понимания сложных концепций и участия в глобальных рынках. Однако преподавание этой лексики на уровне высшего образования представляет несколько проблем. Эти проблемы варьируются от внутренней сложности языка и отсутствия у студентов реального опыта до разнообразия студенческих групп и мотивационных проблем. Кроме того, традиционные педагогические подходы и методы оценки могут быть недостаточно эффективны для решения этих проблем.

В данной статье рассматриваются основные проблемы, с которыми сталкиваются преподаватели при обучении бизнес-лексике студентов высших учебных заведений, и исследуются стратегии повышения эффективности обучения. Понимание этих сложностей и предложение практических решений направлено на улучшение обучения и вовлеченности студентов, а также на лучшее их подготовку к профессиональному будущему в мире бизнеса.

Обзор литературы

Сложность бизнес-лексики

Бизнес-лексика характеризуется специализированными терминами, жаргоном, идиоматическими выражениями и техническим языком, специфичным для различных дисциплин в бизнесе, таких как финансы, маркетинг и менеджмент. Эта сложность может быть непосильной для студентов, особенно для тех, кто не является носителем английского языка. Специализированный характер бизнес-лексики требует от студентов не только понимания определений, но и контекстов, в которых эти термины используются (Coxhead, 2000; Nation, 2001).

Отсутствие контекстуального понимания

Многие студенты высших учебных заведений не имеют практического бизнес-опыта, что затрудняет для них понимание нюансов значений бизнес-лексики. Теоретических знаний недостаточно; студентам необходимо понимать, как и когда использовать эти термины в реальных ситуациях (Belcher, 2006). Без этого

контекстуального понимания студентам может быть трудно эффективно применять свои знания лексики.

Разнообразие студенческих групп

Разнообразие студенческих групп в высших учебных заведениях добавляет еще один уровень сложности в преподавание бизнес-лексики. Студенты приходят из различных образовательных и культурных сред, что приводит к разному уровню знакомости с бизнес-концепциями и терминологией. Это разнообразие требует от преподавателей применения гибких и инклюзивных методов обучения, чтобы удовлетворить разнообразные потребности и уровни подготовки студентов (Johns, 1997).

Мотивационные проблемы

Мотивация является критическим фактором в изучении языка. Бизнес-лексика может казаться студентам сухой и неактуальной, особенно если они не видят ее непосредственной связи с их будущей карьерой. Этот недостаток мотивации может препятствовать их вовлеченности и запоминанию лексики (Tomlinson, 2011).

Педагогические ограничения

Традиционные методы обучения, такие как заучивание наизусть и лекции, часто не увлекают студентов и не способствуют глубокому изучению. Эти методы не учитывают необходимость активного участия и практического применения лексики, что является важным для овладения бизнес-терминологией (Belcher, 2006).

Проблемы оценки

Оценка уровня владения бизнес-лексикой у студентов может быть сложной задачей. Стандартизированные тесты могут не точно отражать способность студента эффективно использовать бизнес-лексику в реальных контекстах. Необходимы более практичные и разнообразные методы оценки для объективной оценки истинной компетенции студентов (Nation, 2001).

Методы

Для исследования проблем преподавания бизнес-лексики студентам высших учебных заведений был использован смешанный методический подход. Это включало в себя всесторонний обзор литературы и опрос преподавателей бизнес-дисциплин в высших учебных заведениях.

Обзор литературы выявил общие проблемы и эффективные стратегии в преподавании бизнес-лексики. Источниками служили академические журналы, книги и образовательные отчеты.

Дизайн опроса

Был проведен опрос 50 преподавателей бизнес-дисциплин в высших учебных заведениях, чтобы собрать информацию об их опыте и методах обучения. Опрос включал количественные вопросы о частоте и эффективности различных методов преподавания и качественные вопросы о конкретных проблемах и успешных стратегиях.

Результаты и обсуждение

Сложность бизнес-лексики

Респонденты опроса отметили трудности, с которыми сталкиваются студенты при изучении специализированных терминов. Многие преподаватели предложили использовать кейс-стади и реальные примеры для контекстуализации лексики, делая её более доступной и понятной для студентов.

Отсутствие контекстуального понимания

Респонденты отметили, что студенты без бизнес-опыта испытывают большие трудности с лексикой. Для обеспечения необходимого контекста и реального применения бизнес-терминов были рекомендованы практические проекты и стажировки.

Разнообразии студенческих групп

Преподаватели сообщили, что разнообразие студенческих групп требует дифференцированного обучения. Адаптация материалов к различным уровням подготовки и предшествующих знаний была признана необходимой для удовлетворения разнообразных потребностей студентов.

Мотивационные проблемы

Мотивация была определена как значительное препятствие. Связывание лексики с карьерными целями и включение текущих бизнес-событий в уроки оказались эффективными стратегиями для увеличения вовлеченности и мотивации студентов.

Педагогические ограничения

Интерактивные методы, такие как проблемно-ориентированное обучение, симуляции и ролевые игры, оказались более эффективными, чем традиционные лекции. Эти методы способствуют активному участию и помогают студентам применять лексику в реалистичных бизнес-сценариях, улучшая их понимание и запоминание.

Проблемы оценки

Было рекомендовано использовать разнообразные методы оценки, включая формирующие оценки, проектные работы и устные презентации, чтобы предоставить более комплексную оценку уровня владения лексикой у студентов. Эти методы позволяют преподавателям оценивать практическое использование бизнес-лексики в контексте.

Заключение

Обучение студентов высших учебных заведений бизнес-лексике представляет несколько проблем, включая сложность, отсутствие контекстуального понимания, разнообразие студенческих групп, мотивационные проблемы и трудности в оценке. Интегрируя практические сценарии, продвигая стажировки, используя интерактивные методы обучения и применяя разнообразные стратегии оценки, преподаватели могут улучшить процесс обучения и лучше подготовить студентов к деловому миру. Решение этих проблем с помощью инновационных подходов поможет студентам развить необходимые лексические навыки для успешной карьеры.

Список использованной литературы:

1. Belcher, D. D. (2006). English for Specific Purposes: Teaching to Perceived Needs and Imagined Futures in Worlds of Work, Study, and Everyday Life. *TESOL Quarterly*, 40(1), 133-156.
2. Coxhead, A. (2000). A New Academic Word List. *TESOL Quarterly*, 34(2), 213-238.
3. Johns, A. M. (1997). *Text, Role, and Context: Developing Academic Literacies*. Cambridge University Press.

4. Nation, I. S. P. (2001). *Learning Vocabulary in Another Language*. Cambridge University Press.
5. Tomlinson, B. (2011). *Materials Development in Language Teaching*. Cambridge University Press.

ELSEVIER



SSRN
SOCIAL SCIENCE RESEARCH NETWORK

Universal
Impact Factor

