



ПРОЕКТНОЕ ОБУЧЕНИЕ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ РЕКЛАМЫ, ЭКОНОМИКИ И ПРАВА

Лукманова Ульяна Курбановна,

кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков, Московский
финансово-юридический университет МФЮА

Россия, Москва

Lukun7@mail.ru

Аннотация

Статья посвящена проектному обучению английскому языку студентов неязыковых направлений подготовки, связанных с рекламой, экономикой и правом. Актуальность темы обусловлена разрывом между изучением английского языка как общеобразовательной дисциплины и реальными коммуникативными задачами будущей профессии. Новизна работы состоит в сопоставлении проектных заданий для трех профессиональных сфер с учетом различий в жанрах, терминологии и конечных продуктах учебной деятельности. В рамках работы описаны принципы отбора проектных заданий, изучены возможности интеграции профессионального содержания в языковое обучение. Внимание уделено медиапроектам, аналитическим экономическим заданиям и юридическим кейсам на английском языке. Цель статьи – раскрыть педагогический потенциал проектного обучения английскому языку будущих специалистов рекламы, экономики и права. В заключении описываются условия результативного применения проектного подхода. Статья адресована преподавателям иностранного языка в высшей школе.

Ключевые слова: проектное обучение, английский язык, профессионально-ориентированное обучение, реклама, экономика.

PROJECT-BASED TEACHING OF ENGLISH TO FUTURE SPECIALISTS IN ADVERTISING, ECONOMICS, AND LAW

Ulyana K. Lukmanova,

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Department of Foreign Languages,
Moscow University of Finance and Law (MFUA)

Russia, Moscow

Lukun7@mail.ru

ABSTRACT

This article focuses on project-based teaching of English to students majoring in non-linguistic fields such as advertising, economics, and law. The relevance of this topic stems from the gap between the study of English as a general subject and the real-life communicative tasks of future professions. The novelty of this work lies in the comparison of project assignments for three professional fields, taking into account differences in genres, terminology, and the final products

of educational activities. The article describes the principles for selecting project assignments and explores the possibilities of integrating professional content into language learning. This article focuses on media projects, analytical economic assignments, and legal cases in English. The purpose of this article is to explore the pedagogical potential of project-based English language teaching for future specialists in advertising, economics, and law. The conclusion describes the conditions for the effective application of the project-based approach. This article is intended for foreign language teachers in higher education.

Keywords: project-based learning, English language, professionally oriented learning, advertising, economics

Проектное обучение английскому языку в неязыковом вузе целесообразно рассматривать как систему учебных действий, завершающихся созданием профессионально значимого продукта. В отличие от обычного тематического занятия, проект задает студенту предметную проблему, коммуникативную цель, адресата, жанр и процедуру публичной защиты. При таком построении языковая единица получает функциональное назначение: термин, клише, грамматическая конструкция и речевая стратегия нужны для решения профессиональной задачи. Ю.Ю. Сянь подчеркивает, что профессионально-ориентированный проект на иностранном языке опирается на использование языка на всех стадиях работы – при организации, выполнении, защите и обсуждении результата [5]. Английский язык сопровождает полный цикл проектной деятельности.

Для будущих специалистов в области рекламы проектное обучение строится вокруг медиапродукта. В качестве задания студентам целесообразно предложить разработку англоязычной кампании для продвижения студенческого мероприятия, социального проекта, локального бренда или образовательной услуги. Структура проекта содержит анализ целевой аудитории, формулировку рекламного сообщения, подбор каналов коммуникации, подготовку слогана, поста для социальной сети, короткого видеосценария, пресс-релиза и устной презентации. Например, группа получает задачу разработать кампанию “Promoting a University Open Day for International Applicants”. Студенты анализируют сайт университета, выделяют слабые и сильные стороны коммуникации, предлагают англоязычный слоган, готовят сценарий короткого ролика, текст приглашения, план публикаций и устный pitch. Работа над таким проектом требует лексики по темам branding, target audience, engagement, brand awareness, call to action, reputation management, digital campaign. Исследование Е.В. Кузнецовой, Е.С. Лукашенко, С.В. Маталовой и М.В. Смирновой показывает PR-продукт, который демонстрирует способность обучающихся применять на практике профессиональные теоретические знания, а также позволяет судить об уровне сформированности иноязычной коммуникативной компетенции, направленной на установление профессиональных межкультурных контактов. Авторы пишут, что преимущества использования проектного метода заключаются в более эффективном освоении терминологии, развитии гибких навыков, преодолении психологического барьера при использовании иностранного языка, а также возможности существенно улучшить свое портфолио, которое будет демонстрировать потенциальному работодателю готовность к выполнению профессиональных функциональных обязанностей [3].

Специфика рекламного проекта состоит в высокой зависимости результата от адресата. Один и тот же языковой материал получает разное оформление в зависимости от того, кому адресован текст: иностранному абитуриенту, партнеру, инвестору, волонтеру, потребителю или подписчику бренда. Например, при создании кампании для

благотворительного проекта студенты используют эмоционально окрашенный сторителлинг, лексику социальной ответственности и побуждающие конструкции: "Join the initiative", "Help us raise awareness", "Make a difference". При продвижении образовательной услуги требуется иной регистр: "academic opportunities", "international partnership", "career prospects", "application requirements". Проектная деятельность в этом случае развивает способность выбирать тон сообщения, соблюдать жанровые нормы, учитывать культурные различия, избегать буквального переноса русскоязычных рекламных клише на английский язык.

Для студентов экономических направлений проектная модель строится вокруг анализа данных, деловой аргументации и презентации управленческого решения. Здесь продуктивны проекты "Market Entry Report", "Start-up Pitch", "Consumer Survey Report", "Financial Literacy Campaign", "Export Strategy for a Local Product". В проекте "Market Entry Report" студенты выбирают товар или услугу, определяют зарубежный рынок, описывают целевую аудиторию, конкурентную среду, риски и каналы продвижения. Итоговым продуктом становится англоязычный аналитический отчет и устная защита. В проекте "Consumer Survey Report" обучающиеся формулируют вопросы анкеты, собирают учебные данные внутри группы, обобщают результаты в виде диаграмм и пишут краткий статистический обзор с конструкциями "the majority of respondents", "a significant proportion", "the data suggest", "there was a slight increase". Работа Н.В. Вороневской и Е.Д. Буцык о проектной деятельности при обучении статистическому обзору на английском языке дает методическое основание для такого типа заданий, поскольку авторы связывают метод проектов в курсе «Академическое письмо» с развитием у студентов высшей школы организаторских и лидерских качеств, навыков публичных выступлений на иностранном языке и информационных компетенций [1].

Экономический проект требует строгой связи между содержанием и языковой формой. Недостаточно выучить лексику "profit", "demand", "investment", "costs", "market share"; студенту нужно встроить эти единицы в аналитическое высказывание. Например, при защите стартапа участник объясняет проблему клиента, ценностное предложение, модель дохода и предполагаемые расходы: "Our product addresses the problem of...", "The main revenue stream will come from...", "The initial costs include...", "We expect to reach break-even within...". Даже если расчеты носят учебный характер, языковая деятельность приближается к реальному деловому формату: презентация требует убедительности, отчет – логики, таблица – точности, ответы на вопросы – гибкости. Поэтому проектное обучение в экономическом профиле развивает культуру доказательного делового высказывания.

Для будущих юристов проектное обучение английскому языку целесообразно организовать вокруг правового кейса, сравнительного анализа и имитации профессиональной коммуникации. В качестве проектов подходят "Legal Advice Memo for a Foreign Client", "Contract Clause Comparison", "Mock Negotiation", "Privacy Policy Audit", "Case Brief Presentation". Например, при выполнении проекта "Legal Advice Memo" студенты получают ситуацию: иностранный клиент планирует открыть представительство компании и просит разъяснить базовые требования к договору аренды, защите персональных данных или трудовому соглашению. Группа готовит краткую консультационную записку на английском языке: описывает проблему, формулирует риски, предлагает последовательность действий, поясняет термины. В проекте "Contract Clause Comparison" студенты сравнивают две версии договорного условия, выделяют неопределенные формулировки, предлагают более точную редакцию и защищают ее перед группой.

Юридический проект отличается повышенными требованиями к точности формулировок. В рекламном задании допустима эмоциональная выразительность, в

экономическом – вероятностная оценка, в правовом – аккуратность термина и логическая непротиворечивость. Студенту приходится различать “shall”, “may”, “must”, “is entitled to”, “is liable for”, “subject to”, “in accordance with”. Например, при подготовке мини-проекта “Drafting a Non-Disclosure Clause” обучающиеся обсуждают, какие сведения относятся к confidential information, как описать срок действия обязательства, какие действия считаются breach of contract. Проектная работа в юридическом профиле создает условия для перехода от перевода отдельных терминов к созданию профессионального текста с адресатом, целью и правовыми последствиями.

Сопоставление трех направлений показывает, что для рекламы центральным продуктом выступает медиатекст или кампания; для экономики – аналитический отчет, обзор данных или деловая презентация; для права – консультационный документ, договорная формулировка или кейс-анализ. При этом общий алгоритм сохраняется: постановка проблемы, распределение задач, поиск материалов, отбор профессиональной лексики, создание продукта, защита, обсуждение и рефлексия. Именно такое построение поддерживает учебную вовлеченность, поскольку студент видит заверченный результат собственной работы. Н.С. Николаева, Т.Ю. Бородин, Т.Д. Маргарян и И.В. Лысенко считают, что студенческая вовлеченность и образовательная среда являются взаимосвязанными факторами, влияющими на результаты обучения студента. Создание среды, способствующей проявлению всех положительных качеств студента и его активному вовлечению, является главной задачей университета, администрации и преподавателей вуза [4].

Особое значение имеет языковая подготовка до начала проекта. Ошибкой становится ситуация, при которой преподаватель предлагает студентам сложный профессиональный продукт без предварительной работы с жанром, терминологией и образцами. Перед рекламным проектом студенты анализируют примеры рекламных сообщений, пресс-релизов, лендингов, коротких видео и постов. Перед экономическим проектом изучают фрагменты market reports, executive summaries, pitch decks, survey reports. Перед юридическим проектом разбирают legal memo, contract clause, case summary, client letter – подобная подготовка снижает риск формального выполнения задания, когда презентация выглядит ярко, но содержит слабую языковую основу.

Проектная деятельность требует продуманной системы оценивания. Критерии должны охватывать как правильность английского языка, так и соответствие продукта профессиональной задаче. Для рекламного проекта оцениваются точность определения аудитории, убедительность сообщения, жанровое оформление, качество визуально-речевой связки, корректность публичной защиты. Для экономического проекта – логика анализа, работа с данными, ясность выводов, деловая лексика, структура отчета. Для юридического проекта – точность терминов, последовательность аргументации, ясность рекомендации, соблюдение нейтрального регистра, способность отвечать на уточняющие вопросы. Ю.Ю. Сянь указывает на потребность в сформированном целостном отношении студентов к изучению иностранного языка и иноязычной культуры, выполнении проекта в контексте будущей профессии, формировании мотивационного поля для повышения интереса студентов к изучению профессионально-ориентированного иностранного языка, использовании современных информационно-коммуникативных технологий, наличии четко регламентированной системы оценки проектной деятельности и пр. [5].

Значимым условием выступает междисциплинарная координация. Преподаватель английского языка не заменяет преподавателя профильной дисциплины, поэтому проектное задание должно опираться на уже освоенный или параллельно изучаемый профессиональный материал. Для рекламистов это основы брендинга, PR, цифровых коммуникаций; для экономистов – маркетинг, менеджмент, статистика, основы

предпринимательства; для юристов – гражданское право, договорное право, сравнительное правоведение, основы правовой коммуникации. В исследовании о медиапроекте на английском языке авторы отдельно подчеркивают потребность координации с выпускающей кафедрой при подготовке профессионально насыщенных заданий для PR-студентов [3].

Лингвокультурный компонент проектного обучения проявляется в том, что профессиональная коммуникация на английском языке не совпадает с буквальным переводом русскоязычных моделей. Рекламный текст требует учета культурных кодов аудитории; экономическая презентация – понятной структуры аргументации; юридическое письмо – нейтральности и точности. Л.А. Жебрунова связывает проектную деятельность в высшей школе с формированием у студентов понимания природы языковой номинации в русском и английском языках в сравнении, расширение познаний обучающихся в области социокультурных стереотипов, развитие чувства самоидентичности и критического мышления через участие в проектной деятельности [2]. Студент учится видеть, что английский язык в профессиональной сфере передает нормы общения, допустимые способы убеждения, степень категоричности, жанровую дистанцию.

Проектное обучение продуктивно при постепенном усложнении заданий. На младших курсах уместны мини-проекты: рекламный слоган и пост, краткий обзор рынка, карточка юридического термина с примером употребления. На среднем этапе – групповые проекты с несколькими продуктами: медиаплан, survey report, сравнительная таблица договорных условий. На старших курсах – комплексные задания: защита PR-кампании, презентация бизнес-идеи для иностранного инвестора, моделирование переговоров с клиентом – это последовательность позволяет не перегружать студентов и одновременно сохранять связь между языковой практикой и будущей профессией.

Аналитический подход позволяет выделить несколько педагогических условий результативности:

1. профессиональная значимость темы проекта – студент должен понимать, где подобный продукт встречается в реальной деятельности.
2. Языковая поддержка (образцы жанров, терминологические списки, речевые клише, шаблоны структуры).
3. Распределение ролей внутри группы (аналитик, редактор, спикер, дизайнер, специалист по источникам, координатор).
4. Обязательная защита на английском языке с вопросами аудитории.
5. Оценивание по совокупности языковых, предметных и коммуникативных критериев.

Без этих условий проект рискует превратиться в декоративную презентацию, не влияющую на развитие профессиональной речи.

Итак, проектное обучение английскому языку будущих специалистов рекламы, экономики и права раскрывает потенциал профессионально-ориентированной языковой подготовки, поскольку переводит студента от выполнения изолированных упражнений к созданию продукта, близкого к будущей трудовой практике. Проектный подход при грамотной методической организации делает английский язык рабочим инструментом будущего специалиста.

Список литературы:

1. Вороневская Н. В., Буцык Е. Д. Проектная деятельность как элемент обучения студентов неязыковых вузов академическому письму в жанре статистического обзора

- (на материале английского языка) // Педагогика. Вопросы теории и практики. 2024. Т. 9. № 7. С. 642–646. DOI: 10.30853/ped20240081.
2. Жебрунова Л. А. Использование проектной деятельности в преподавании иностранного языка в высшей школе // Russian Journal of Education and Psychology. 2024. Т. 15, № 1. С. 32–48. DOI: 10.12731/2658-4034-2024-15-1-434.
 3. Кузнецова Е. В., Лукашенко Е. С., Маталова С. В., Смирнова М. В. Медиапроект на английском языке как инновационная технология формирования профессиональных компетенций в цифровую эпоху // Образовательные ресурсы и технологии. 2026. № 1 (54). С. 68–74. DOI: 10.21777/2500-2112-2026-1-68-74.
 4. Николаева Н. С., Бородин Т. Ю., Маргарян Т. Д., Лысенко И. В. Проектная деятельность как высокоэффективная стратегия для усиления вовлеченности студентов неязыкового вуза в процесс изучения английского языка // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2024. № 2-1 (89). С. 184–187.
 5. Сянь Ю. Ю. Особенности использования метода проектов при обучении студентов профессионально-ориентированному иностранному языку // Вопросы методики преподавания в вузе. 2023. Т. 12, № 4. С. 97–111. DOI: 10.57769/2227-8591.12.4.08.

References:

1. Voronevskaya N. V., Butsyk E. D. Project-Based Activity as an Element of Teaching Academic Writing in the Genre of a Statistical Review to Students of Non-Linguistic Universities (Based on English) // Pedagogy. Theoretical and Practical Issues. 2024. Vol. 9. No. 7. pp. 642–646. DOI: 10.30853/ped20240081.
2. Zhebrunova L. A. Using Project-Based Activity in Teaching a Foreign Language in Higher Education // Russian Journal of Education and Psychology. 2024. Vol. 15, No. 1. pp. 32–48. DOI: 10.12731/2658-4034-2024-15-1-434.
3. Kuznetsova E. V., Lukashenko E. S., Matalova S. V., Smirnova M. V. Media project in English as an innovative technology for developing professional competencies in the digital age // Educational resources and technologies. 2026. No. 1 (54). pp. 68–74. DOI: 10.21777/2500-2112-2026-1-68-74.
4. Nikolaeva N. S., Borodina T. Yu., Margaryan T. D., Lysenko I. V. Project activities as a highly effective strategy for enhancing the involvement of students of a non-linguistic university in the process of learning English // International journal of humanities and natural sciences. 2024. No. 2-1 (89). pp. 184–187.
5. Syas Yu. Yu. Features of using the project method in teaching students a professionally oriented foreign language // Issues of teaching methods at the university. 2023. Vol. 12, No. 4. P. 97–111. DOI: 10.57769/2227-8591.12.4.08.