

7. Maslach C., Schaufeli W. B., Leiter M. P. Job Burnout. *Annual Review of Psychology*. 2001. Т. 52, № 1. С. 397–422. URL: <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.397>

8. Rada R. E., Johnson-Leong C. Stress, burnout, anxiety and depression among dentists. *The Journal of the American Dental Association*. 2004. Т. 135, № 6. С. 788–794. URL: <https://doi.org/10.14219/jada.archive.2004.0279>

9. Shanafelt T. D., Sloan J. A., Habermann T. M. The well-being of physicians. *The American Journal of Medicine*. 2003. Т. 114, № 6. С. 513–519. URL: [https://doi.org/10.1016/s0002-9343\(03\)00117-7](https://doi.org/10.1016/s0002-9343(03)00117-7) (дата звернення: 17.07.2025).

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-570-2-10>

Шеремет А. В.,

доктор філософії,

старший викладач кафедри слов'янської

та романо-германської філології

Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

м. Київ, Україна

Гурська Л. І.,

викладач підготовчого відділення для іноземних громадян

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

м. Київ, Україна

ЗАСТОСУВАННЯ ГЕНЕРАТИВНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТТЯХ З ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

Більшість актуальних досліджень щодо застосування технологій штучного інтелекту (ШІ) у освіті, стосуються передусім середньої освіти (Л. М. Гуназа, О. М. Топузов, С. В. Алексєєва). Коло питань, які хвилюють освітян-практиків у роботі учнів та студентів зі штучним інтелектом, більшою мірою стосуються забезпечення академічної доброчесності у навчальному процесі та етичних аспектів роботи з цими сервісами (Ю. М. Мельник, С. М. Годорова, Г. А. Шевченко). Однак, генеративні можливості ШІ не вичерпуються виключно текстовими матеріалами (якість яких є доволі часто дискусійною), а робота студентів з візуальною складовою є захоплюючим етапом самостійного опрацювання завдань.

Унаочнення лексичного матеріалу є ефективною складовою засвоєння нової лексики, поглиблення її розуміння та застосування на практиці. Процес спільного пошуку адекватного ілюстрування пропонованих студентами рішень та обмін думками сприяє кращому опануванню лексичного матеріалу. У таких видах робіт застосовуються принципи та підходи командного навчання, що важливою складовою формування навичок роботи у групі [4, с. 170–174].

Нами описано досвід застосування генеративних технологій ШІ (ресурси Chat GPT, Gemini та інші) для створення візуалізацій у колективній роботі над презентаціями та «мозковими штурмами» на задану тему на практичних заняттях з дисциплін «Практика усного та писемного мовлення англійської мови», «Ділова іноземна мова». Для підготовки використані були методичні матеріали видавництва Pearson (Speakout Pre-Intermediate та Upper Intermediate 2 edition та Market leader Upper Intermediate). Зауважимо, що описані завдання відповідають різним мовним рівням: A2 та B2 відповідно.

Наведені завдання мають риси ділової гри. О. Н. Литвинова, Л. М. Романюк, Н. О. Теренда, Н. Я. Панчишин у спільному дослідженні визначають ділову гру так: «Ділова гра являє собою спеціально організовану форму навчання з перетрансформацією теоретичних знань у практичні навички. Модельована грою діяльність стимулює нагородження і закріплення практичних знань, а сама логіка виконання ролей в грі спричиняє потребу в нових знаннях» [2, с. 53–54].

Завдання є практично-орієнтованими (їхнє застосування може бути широким: не лише у навчанні майбутніх маркетологів, а й підготовці широкого кола спеціалістів, адже навички продажів та креативу є критично важливими на сучасному ринку праці).

Отже, у першому виді завдання на рівні A2 сформульовано як побудова бізнес-плану за алгоритмом відповідей на 5 питань про хоббі або захоплення студентів, які вони можуть потенційно монетизувати (1) як Ви назвете Ваш бізнес; 2) яким є продукт або ідея; 3) як Ваш бізнес приносить дохід; 4) кому Ви продаватимете свою продукцію (визначення цільової аудиторії); 5) що Вам потрібно для запуску(успіху?). Таким чином студенти можуть проілюструвати свої презентації як реальними фотографіями, що стосуються їхніх хоббі, так і результатами роботи з алгоритмами ШІ (неймінг продукту або ідеї, розробка брендингу тощо). У обговоренні виконаних завдань слід акцентувати увагу групи на новій лексиці, у тому числі пропонованій алгоритмами ШІ: ініціювати дискусію про доречність тих чи інших варіантів лексем, пошуку адекватних асоціацій для ефективного запам'ятовування тощо.

На рівні B1 студентам пропонується парна робота зі стартапами: є кілька варіантів інновацій на вибір: 1) самонагрівача миска (металева миска, яка нагріває воду або їжу та працює від акумулятора

та може бути використана для подорожей або дитячого харчування; 2) морозиво, що змінює колір: технологія зміни кольору морозива базується на температурі: у морозильній камері воно має блакитний колір, при нагріванні набуває фіолетового кольору та при таненні має рожевий колір; 3) LED-парасоля: спеціальна лампа вбудована у ручку парасольки, яка вмикається кнопкою; 4) сумка, яка закриває сама себе: сумка для снєків з магнітами нагорі, які закриваються автоматично і зберігають свіжість продуктів навіть якщо власник забув це зробити. Студенти обирають один з варіантів, та мають підготувати презентацію з відповідями на 3 питання: 1) як називатиметься ваш продукт?; 2) чому ця ідея є хорошою?; 3) де він буде продаватися? Окрім наведених вище видів роботи, студенти повинні обґрунтувати свій вибір, навівши переконливу аргументацію, застосувавши прийоми риторики на практиці.

Другий вид групової роботи з ділової іноземної мови на рівні B2 передбачає проведення ділової гри «Підготовка до міжнародного маркетингового запуску». Завданням є, з використанням наявних сервісів онлайн-дошок розробити макет для реклами продукту на телебаченні. Цей макет являє собою сюжет та включає сцени, акторську гру та діалоги та покликаний спростити розуміння концепту рекламного ролику відділом маркетингу у компанії. Студенти діляться на групи: першим етапом гри є проведення мозкового штурму, з визначенням однієї особи, яка буде відповідальною за ведення нотаток. Учасники повинні дати відповіді на запитання: 1) у яких 10 країнах відбудеться запуск рекламної кампанії?; 2) чи потрібно названому бренду нове ім'я? Яке?; 3) чи потрібно продовжити таргетувати продукт для вікової категорії 30–40 років? Якщо ні, то ку ви оберете?; 4) чи повинен продукт продовжити позиціонування як преміальний чи перейти на масове виробництво з іншим ціноутворенням?; 5) флакон для продукту має бути змінено. Як він має виглядати? Сплануйте нове пакування (форма, дизайн, матеріали); 6) чи актуальною є нинішня ціна? Чи варто запустити масову лінійку як бюджетніший варіант?; 7) дистрибуція: де буде продаватися продукція за кордоном: в ексклюзивних аутлетах чи варто обрати більш доступні варіанти?; 8) промоція: хто буде амбасадорами бренду за кордоном?; 9) вашому бренду потрібен новий слоган! Який?; 10) виробництво: чи можливо організувати виробництво у країнах, де це можна зробити дешевше? Якщо так, то у яких?

Другий етап гри передбачає обговорення та вибір найцікавіших ідей. Далі студентам надається час на підготовку візуальної частини завдання: має відбутися розподіл частин завдань, які будуть генеруватися за допомогою ШІ. За результатами оцінюється найкращий рекламний макет шляхом голосування. Також, необхідно врахувати відповідність зображення та ідеї: чи підібрана лексика є вдалою та зрозумілою для вираження концепту, наскільки цілісно виглядає робота групи тощо.

Висновки. Застосування ШІ на практичних заняттях з іноземних мов є корисним інструментом для засвоєння нової лексики, створення ефективних презентацій, унаочнення лексичного матеріалу. Навчання з використанням генеративних можливостей ШІ є особливо ефективним при використанні стратегій тимблдингу, а також проведенні ділової гри.

Список використаних джерел:

1. Гуназа Л. Штучний інтелект у сучасній освіті: трансформація ролі вчителя, підвищення якості навчання та нові можливості для учнів. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*. С. 90. 2023.

2. Литвинова О. Н. Ділова гра як метод оптимізації активного навчання слухачів курсів післядипломної підготовки з організації охорони здоров'я. О. Н. Литвинова, Л. М. Романюк, Н. О. Теренда, Н. Я. Панчишин. *Медична освіта*. № 4. С. 53–55. 2016.

3. Мельник Ю., Тодорова С., Шевченко Г. Філософія штучного інтелекту у вищій освіті. *Humanities Studies*. 2024. С. 19.

4. Шеремет А. В., Гурська Л. І., Ляшенко А. В. Застосування стратегій тимблдингу на практичних заняттях з іноземної мови з використанням технологій дистанційного навчання. *Вісник Глухівського національного педагогічного університету ім. О. Довженка. Серія : «Педагогічні науки»* Том 53 (1). Глухів : Вид-во Глухівського національного педагогічного університету ім. О. Довженка. 2023. С. 170–174.

5. Топузов, О., & Алексеева, С. Можливості використання штучного інтелекту в освітньому процесі закладів середньої освіти в умовах воєнного стану. *Український Педагогічний журнал*, (1), 5–11. 2014.