

The cover features a futuristic cityscape with a prominent observation pod in the foreground. The pod is spherical with a glass enclosure and a metallic frame, set against a backdrop of a dense urban environment. The sky is a mix of blue and purple hues, suggesting a sunset or sunrise. The title 'REVISTA INCLUSIONES' is prominently displayed in large, white, sans-serif capital letters across the upper middle section. Below the title, a purple rectangular box contains the subtitle 'HACIA UN FUTURO PROMETEDOR'. At the bottom left, the journal's name and publication details are listed in white text.

REVISTA INCLUSIONES

HACIA UN FUTURO PROMETEDOR

Revista de Humanidades y Ciencias Sociales

Volumen 7 . Número Especial

Octubre / Diciembre

2020

ISSN 0719-4706

CUERPO DIRECTIVO

Director

Dr. Juan Guillermo Mansilla Sepúlveda
Universidad Católica de Temuco, Chile

Editor

OBU - CHILE

Editor Científico

Dr. Luiz Alberto David Araujo
Pontificia Universidade Católica de Sao Paulo, Brasil

Editor Europa del Este

Dr. Aleksandar Ivanov Katrandzhiev
Universidad Suroeste "Neofit Rilski", Bulgaria

Cuerpo Asistente

Traductora: Inglés

Lic. Pauline Corthorn Escudero
Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

Portada

Lic. Graciela Pantigoso de Los Santos
Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

COMITÉ EDITORIAL

Dra. Carolina Aroca Toloza
Universidad de Chile, Chile

Dr. Jaime Bassa Mercado
Universidad de Valparaíso, Chile

Dra. Heloísa Bellotto
Universidad de Sao Paulo, Brasil

Dra. Nidia Burgos
Universidad Nacional del Sur, Argentina

Mg. María Eugenia Campos
Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Francisco José Francisco Carrera
Universidad de Valladolid, España

Mg. Keri González
Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México

Dr. Pablo Guadarrama González
Universidad Central de Las Villas, Cuba

Mg. Amelia Herrera Lavanchy
Universidad de La Serena, Chile

Mg. Cecilia Jofré Muñoz
Universidad San Sebastián, Chile

Mg. Mario Lagomarsino Montoya
Universidad Adventista de Chile, Chile

Dr. Claudio Llanos Reyes
Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile

Dr. Werner Mackenbach
Universidad de Potsdam, Alemania
Universidad de Costa Rica, Costa Rica

Mg. Rocío del Pilar Martínez Marín
Universidad de Santander, Colombia

Ph. D. Natalia Milanesio
Universidad de Houston, Estados Unidos

Dra. Patricia Virginia Moggia Münchmeyer
Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile

Ph. D. Maritza Montero
Universidad Central de Venezuela, Venezuela

Dra. Eleonora Pencheva
Universidad Suroeste Neofit Rilski, Bulgaria

Dra. Rosa María Regueiro Ferreira
Universidad de La Coruña, España

Mg. David Ruete Zúñiga
Universidad Nacional Andrés Bello, Chile

Dr. Andrés Saavedra Barahona
Universidad San Clemente de Ojrid de Sofía, Bulgaria

Dr. Efraín Sánchez Cabra
Academia Colombiana de Historia, Colombia

Dra. Mirka Seitz
Universidad del Salvador, Argentina

Ph. D. Stefan Todorov Kapralov
South West University, Bulgaria

COMITÉ CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Comité Científico Internacional de Honor

Dr. Adolfo A. Abadía

Universidad ICESI, Colombia

Dr. Carlos Antonio Aguirre Rojas

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Martino Contu

Universidad de Sassari, Italia

Dr. Luiz Alberto David Araujo

Pontificia Universidad Católica de Sao Paulo, Brasil

Dra. Patricia Brogna

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Horacio Capel Sáez

Universidad de Barcelona, España

Dr. Javier Carreón Guillén

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Lancelot Cowie

Universidad West Indies, Trinidad y Tobago

Dra. Isabel Cruz Ovalle de Amenabar

Universidad de Los Andes, Chile

Dr. Rodolfo Cruz Vadillo

Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, México

Dr. Adolfo Omar Cueto

Universidad Nacional de Cuyo, Argentina

Dr. Miguel Ángel de Marco

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dra. Emma de Ramón Acevedo

Universidad de Chile, Chile

Dr. Gerardo Echeita Sarrionandia

Universidad Autónoma de Madrid, España

Dr. Antonio Hermosa Andújar

Universidad de Sevilla, España

Dra. Patricia Galeana

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dra. Manuela Garau

Centro Studi Sea, Italia

Dr. Carlo Ginzburg Ginzburg

Scuola Normale Superiore di Pisa, Italia

Universidad de California Los Ángeles, Estados Unidos

Dr. Francisco Luis Girardo Gutiérrez

Instituto Tecnológico Metropolitano, Colombia

José Manuel González Freire

Universidad de Colima, México

Dra. Antonia Heredia Herrera

Universidad Internacional de Andalucía, España

Dr. Eduardo Gomes Onofre

Universidade Estadual da Paraíba, Brasil

Dr. Miguel León-Portilla

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Miguel Ángel Mateo Saura

Instituto de Estudios Albacetenses "Don Juan Manuel", España

Dr. Carlos Tulio da Silva Medeiros

Diálogos em MERCOSUR, Brasil

+ Dr. Álvaro Márquez-Fernández

Universidad del Zulia, Venezuela

Dr. Oscar Ortega Arango

Universidad Autónoma de Yucatán, México

Dr. Antonio-Carlos Pereira Menaut

Universidad Santiago de Compostela, España

Dr. José Sergio Puig Espinosa

Dilemas Contemporáneos, México

Dra. Francesca Randazzo

Universidad Nacional Autónoma de Honduras, Honduras

Dra. Yolando Ricardo

Universidad de La Habana, Cuba

Dr. Manuel Alves da Rocha

Universidade Católica de Angola Angola

Mg. Arnaldo Rodríguez Espinoza

Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica

Dr. Miguel Rojas Mix

*Coordinador la Cumbre de Rectores Universidades
Estatales América Latina y el Caribe*

Dr. Luis Alberto Romero

CONICET / Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dra. Maura de la Caridad Salabarría Roig

Dilemas Contemporáneos, México

Dr. Adalberto Santana Hernández

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Juan Antonio Seda

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dr. Saulo Cesar Paulino e Silva

Universidad de Sao Paulo, Brasil

Dr. Miguel Ángel Verdugo Alonso

Universidad de Salamanca, España

Dr. Josep Vives Rego

Universidad de Barcelona, España

Dr. Eugenio Raúl Zaffaroni

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dra. Blanca Estela Zardel Jacobo

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Comité Científico Internacional

Mg. Paola Aceituno

Universidad Tecnológica Metropolitana, Chile

Ph. D. María José Aguilar Idañez

Universidad Castilla-La Mancha, España

Dra. Elian Araujo

Universidad de Mackenzie, Brasil

Mg. Romyana Atanasova Popova

Universidad Suroeste Neofit Rilski, Bulgaria

Dra. Ana Bénard da Costa

*Instituto Universitario de Lisboa, Portugal
Centro de Estudios Africanos, Portugal*

Dra. Alina Bestard Revilla

*Universidad de Ciencias de la Cultura Física y el
Deporte, Cuba*

Dra. Noemí Brenta

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Ph. D. Juan R. Coca

Universidad de Valladolid, España

Dr. Antonio Colomer Vialdel

Universidad Politécnica de Valencia, España

Dr. Christian Daniel Cwik

Universidad de Colonia, Alemania

Dr. Eric de Léséulec

INS HEA, Francia

Dr. Andrés Di Masso Tarditti

Universidad de Barcelona, España

Ph. D. Mauricio Dimant

Universidad Hebrea de Jerusalén, Israel

Dr. Jorge Enrique Elías Caro

Universidad de Magdalena, Colombia

Dra. Claudia Lorena Fonseca

Universidad Federal de Pelotas, Brasil

Dra. Ada Gallegos Ruiz Conejo

Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú

Dra. Carmen González y González de Mesa

Universidad de Oviedo, España

Ph. D. Valentin Kitanov

Universidad Suroeste Neofit Rilski, Bulgaria

Mg. Luis Oporto Ordóñez

Universidad Mayor San Andrés, Bolivia

Dr. Patricio Quiroga

Universidad de Valparaíso, Chile

Dr. Gino Ríos Patio

Universidad de San Martín de Porres, Perú

Dr. Carlos Manuel Rodríguez Arrechavaleta

Universidad Iberoamericana Ciudad de México, México

Dra. Vivian Romeu

Universidad Iberoamericana Ciudad de México, México

**REVISTA
INCLUSIONES** M.R.
REVISTA DE HUMANIDADES
Y CIENCIAS SOCIALES

Dra. María Laura Salinas
Universidad Nacional del Nordeste, Argentina

Dr. Stefano Santasilia
Universidad della Calabria, Italia

Mg. Silvia Laura Vargas López
Universidad Autónoma del Estado de Morelos, México

**CUADERNOS DE SOFÍA
EDITORIAL**

Dra. Jaqueline Vassallo
Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Dr. Evandro Viera Ouriques
Universidad Federal de Río de Janeiro, Brasil

Dra. María Luisa Zagalaz Sánchez
Universidad de Jaén, España

Dra. Maja Zawierzeniec
Universidad Wszechnica Polska, Polonia

Editorial Cuadernos de Sofía
Santiago – Chile
OBU – C HILE

Indización, Repositorios y Bases de Datos Académicas

Revista Inclusiones, se encuentra indizada en:





REX



UNIVERSITY OF
SASKATCHEWAN



Universidad
de Concepción

BIBLIOTECA UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN



**REALIZATION OF THE PRINCIPLE OF COMMUNICATIVE TEACHING
IN STUDIES OF RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE¹**

Ph. D. (C) Olga Fisenko

Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University), Russian Federation
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3824-5535>
olfiss@list.ru

Ph. D. (C) Larisa Katsyuba

Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University), Russian Federation
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3824-5535>
katsyubalarisa@mail.ru

Ph. D. (C) Tatyana Satina

Financial University under the Government of the Russian Federation, Russian Federation
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7162-9162>
satinatatyana@bk.ru

Fecha de Recepción: 17 de agosto de 2020 – **Fecha Revisión:** 29 de agosto de 2020
Fecha de Aceptación: 26 de septiembre 2020 – **Fecha de Publicación:** 01 de octubre de 2020

Abstract

The principle of communicative teaching is becoming relevant in connection with the need to reform the system of Russian education. Modernization of the education environment is aimed at using new principles and approaches in the field of teaching of Russian as a foreign language. The communicative principle of teaching of Russian as a foreign language contributes to the formation of a secondary language personality, being capable of intercultural collaboration not only in learning environment but also in professional activities.

Keywords

Communicative teaching – Russian as a foreign language – Competence – Competency

Para Citar este Artículo:

Fisenko, Olga; Katsyuba, Larisa y Satina, Tatyana. Realization of the principle of communicative teaching in studies of russian as a foreign language. Revista Inclusiones Vol: 7 num Especial (2020): 190-198.

Licencia Creative Commons Attribution Non-Comercial 3.0 Unported
(CC BY-NC 3.0)

Licencia Internacional



¹ The publication has been with the support of the "RUDN University Program 5-100".

Introduction

The processes associated with the intensive development of international relations require the modernization of the Russian education system to be oriented on entering a global information and educational space. A new level of intercultural collaboration when Russian becomes a means of establishing international business and cultural contacts leads to the realization of the need to implement new approaches in the methodology of teaching of Russian as a foreign language. In this regard, the task is to form a secondary language personality who speaks Russian in the professional sphere at the level of adequate synthesis, i.e. at the level of an educated native speaker (natural non-native speaker learner). Achieving a high level of professional knowledge of the Russian language is possible through implementing the principle of communicative teaching in the process of learning. The problem of realization of the principle of communicative teaching in studies of Russian as a foreign language lies in the lack of a standard algorithm for teaching of Russian as a foreign language, which would clearly build a system for the formation of students' communicative competencies.

Methods and Techniques

The study of the basics of communicative teaching during classes in Russian as a foreign language was based on the methods of qualitative analysis associated with the analysis of existing theories of the Russian language teaching. The methods of observation, generalization, pedagogical experiment were applied.

Discussion of the Results

Competence, Competency and Communicative Competency

The issue of distinguishing between the concepts of “competence” and “competency” in the Russian methodology of teaching Russian as a foreign language is discursive. Modern Russian methodology understands competences as the result of the educational process, and competency as “competence in activity”, i.e. competence is understood as a complex of knowledge, abilities and skills that are acquired by a person in an activity, for example, in the process of the Russian language teaching. Competency is considered as a personality trait that determines the learner's ability to perform a certain type of activity on the basis of existing competences². Competency is a manifestation of competence³. According to S.E. Shishov, competency is “the general ability and readiness of an individual for activity, based on knowledge and experience acquired through training and oriented toward independent participation of the individual in the learning process, and aimed at his / her successful inclusion in working activity”⁴. Accordingly, communicative competence is “a psychological characteristic of a person as an individual, which is manifested in his / her communication with people or “his / her ability to establish and maintain the necessary contact with people”⁵). The development of communicative competence in the process of degree course in accordance with the Federal State

² A. N. Shchukin, “Competence or Competency. The Methodologists's View of the Actual Problem of Linguodidactics”, Russian Language Abroad. Issue 5 (2008).

³ I. A. Zimnyaya, “Competency Approach. Its Place in the System of Approaches to the Problems of Education”, Higher Education Today. Issue 8 (2006): 20-26.

⁴ A. N. Shchukin, Competence or Competency...

⁵ Y. M. Zhukov; L. A. Petrovskaya y P. V. Rastyannikov, Diagnosis and Development of Competence in Communication (Kirov: 2001).

Educational Standard is a requirement for mastering the major educational program of higher education⁶. That is, communicative competency is the most important qualitative characteristic of a person, however, in the methodology of the Russian language as a foreign language there is no clear understanding of communicative competency.

Learning Environment as a Communicative Competence-Forming Factor

The Russian education environment suggests the state language of the Russian Federation as the language of instruction, therefore, the 1st certification level Russian proficiency is an essential requirement for overseas applicants. Knowledge of the Russian language at the level of TORFL-1 indicates that foreigners are able to satisfy communicative needs in real situations of communication with native speakers in the domestic, cultural and educational fields of activity. At the same time, entering non-linguistic faculties, international students continue to learn Russian as a foreign language throughout the entire period of bachelor degree course.

A significant role in the formation of a secondary language personality is played by the linguistic environment which is a “natural, historically specific linguocultural society”⁷. This is a natural learning environment in a higher education institution. Being immersed in the target language and culture, foreign students learn many visual, auditory, and cultural supports that allow them to bring out their communicative skills in the natural language environment. The inclusion of international students who come to continue their education in the educational environment also contributes to strengthening the motivation to learn the language. Learners are involved in educational activities and become active subjects of training and education. This is achieved due to the fact that under the natural conditions of learning environment, foreign students are included in the situations of communicative interaction that occur in real life. Thus, foreign students are not only focused on the use of the language in real life but also learn to express their intentions in educational activities in Russian.

Formation of Communicative Competence in Classroom Learning of Russian as a Foreign Language

Knowledge of Russian as a foreign language allows a future specialist to join in communications, be alert to information flows, and be more competitive in the labor market. The mastery of communicative competence allows for entering the linguistic community (a certain linguistic community of native speakers) of speakers of another language. The task of a teacher of Russian as a foreign language is to organize the learning environment in such a way that the teaching methods and techniques used contribute to the maximum formation of the communicative competence of foreign students studying in the Russian language. A significant role in the formation of communicative competence is a classroom discourse. The task of the teacher of Russian as a foreign language is to produce a text so that foreign students can understand the complex constructions of a scientific text. This article demonstrates methodological techniques for implementing the principle of communicative teaching in studies of Russian as a foreign language by means of an example from the lesson “Buyer Behavior” for foreign students studying in the PR specialty.

⁶ Russian Education. Federal State Educational Standard. <http://standart.edu.ru>

⁷ I. A. Orekhova, Language Environment: Typology Attempt (Moscow: 2003).

The lesson begins with a system of pre-text exercises. At this stage, students are engaged into the lexical and semantic work aimed at the formation of the initial communicative skills of the secondary language personality. In the learning process, teachers can use communication-oriented teaching principles that develop the students' creativity through solving problem-based tasks, which allow constructing the educational process in accordance with the individual characteristics of students.

Pre-text exercises prepare students to read authentic texts. The task is to teach to perceive, comprehend, memorize and reproduce this type of texts.

The system of post-text tasks is aimed at the formation of skills, abilities and the skills of using professionally-oriented vocabulary in various utterances.

Let us give an example of a system of exercises aimed at the formation of students' communicative skills.

Preparations for reading the text

Task 1. Read and explain how you understand the following expressions.

Прочитайте слова, запомните их значение, сочетаемость и употребление.

Запасать/запасти что? (продукты, одежду) – собрать, приготовить что-нибудь на будущее.

Запас чего? (продовольствия, топлива, нефти) – то, что собрано, приготовлено для чего-либо.

Принадлежать кому? (хозяину, человеку) – 1) находиться в чьей-либо собственности. – *Книга принадлежит мне.* 2) **принадлежать кому-чему?** – быть свойственным, присущим кому или чему-либо.

Принадлежность кого? (потребителя) к чему? (к определенной группе) – быть составной частью чего-либо.

Унифицировать что? (правописание слов) – привести к единообразию, одинаковости, стандартизировать.

Унификация чего? (правил торговли) – единообразие, стандартизация чего-либо.

Task 2. Form nouns using the suffix *-ость (-ost)* from the following adjectives:

Прочитайте и объясните, как вы понимаете следующие выражения.

Воздействовать на поведение человека, запасать товары на будущее, ориентироваться на отечественную продукцию, принадлежность к той или иной общественной группе, стремление к унификации образа жизни, приобретение материальных благ, формирование духовных ценностей.

Task 3. Read complex words, determine their composition, explain their meanings:

Образуйте существительные с помощью суффикса -ость от следующих прилагательных:

Общественный .
 Ценный
 Независимый –
 Возможный –
 Особенный –
 Совокупный –
 Способный –

Национальный –
Стабильный –

Task 4. Find a common root in the following words:
Найдите общий корень в следующих словах:

1). Установление, восстанавливать, постановление, остановить, остановка, восстановление, восстановленный.

2). Видеть, увидеть, вид, свидетель, свидетельство, свидетельствовать, увидевший.

3). Оценить, переоценивать, переоценка, цена, ценный, ценности, оценка, переоцененный.

4). Поселиться, населить, выселить, поселок, население, село, сельский, выселенный.

Task 5.

ВЛИЯНИЕ РАЗЛИЧНЫХ ФАКТОРОВ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЯ

Когда потребитель принимает решение о покупке, он находится под постоянным воздействием экономических, политических, социальных, культурных и психологических факторов. Кроме того, собственные личностные характеристики также играют большую роль в процессе выбора покупки.

Экономические и политические факторы. Эта группа факторов сильнее влияет на все другие факторы и в меньшей степени воздействует на поведение конкретного человека (скорее, это влияние осуществляется не непосредственно, а через другие факторы). Это стабильность политической обстановки в стране, уровень инфляции, наличие необходимых законодательных актов, состояние экономики (спад, стагнация, подъем), экологическая ситуация и т.п. Скажем, высокая инфляция побуждает запасать определенные товары на будущее. Установление высоких пошлин на ввозимые из-за рубежа товары заставляет покупателей ориентироваться на отечественную продукцию.

Социальные факторы. Покупатель испытывает сильное воздействие социальных факторов, среди которых важное место занимает принадлежность к той или иной общественной группе. Таким группам присущи следующие особенности:

- лица, принадлежащие к одной и той же группе, ведут себя почти одинаково;
- в зависимости от принадлежности к той или иной группе люди занимают более высокое или более низкое положение в обществе;
- общественная группа определяется не на основе какого-то одного признака, а на основе рода занятий, уровня доходов, богатства, образования и других характеристик лиц, к ней принадлежащих.

Помимо принадлежности к общественным группам, на поведение покупателей влияют такие социальные факторы, как референтные группы, семья, социальные роли и статусы.

Особенно сильное влияние на поведение человека оказывают *референтные группы*, под которыми понимаются различные формальные и

неформальные объединения людей, оказывающие прямое (при личном контакте) или косвенное влияние на отношения или поведение человека. Таких групп в повседневной жизни людей может быть великое множество. Это политические партии и движения, профессиональные и студенческие союзы, спортивные и иные клубы, религиозные и культурные объединения и просто друзья и знакомые.

Членам таких групп свойственно стремление к унификации своего образа жизни, в том числе приобретения материальных благ. Что касается молодежи, то она склонна быстро реагировать на мнение лидера в своей неформальной группе, также, впрочем, и быстро свергать его со своего пьедестала. Исследования свидетельствуют о достаточно тесной взаимосвязи между принадлежностью покупателя к какой-либо референтной группе и его поведением на рынке.

Культурные и национальные факторы. Эта группа факторов также оказывает серьезное воздействие на развитие потребностей и, следовательно, на поведение покупателя на рынке. Она связана с уровнем развития культуры, национальными особенностями, географическим положением. Как известно, культура проявляется в формировании системы социальных норм, духовных ценностей, в совокупности отношений людей и к природе, и к самим себе, и между собой. Знание культурных особенностей позволяет понять, где и почему из напитков предпочитают чай или кофе, где и почему женщины любят носить платья спокойных тонов или пестрые и цветастые, а мужчины надевают различные головные уборы, наконец, какие виды спорта характерны и любимы теми или иными группами населения и т.п.

Национальные черты характера, традиции во многом зависят от географического положения местности, населенной данным народом. На спрос может влиять климат, будь то влажный морской климат с возможностью выхода в море или проживание на равнине или в горной местности.

Все эти факторы так или иначе соединяются с личностными характеристиками покупателя.

Личностные факторы покупателя. На протяжении своей жизни один и тот же человек меняет свои желания, вкусы в зависимости от возраста. А поскольку его обычно окружает семья, целесообразно весь его жизненный цикл делить на условные этапы с учетом изменений, происходящих в семейном кругу. Исследователи выделяют несколько таких этапов от незамужнего (холостяцкого) периода до периода одиночества на пенсии.

Немаловажным фактором, который влияет на поведение покупателя на рынке, является его профессия. Совершенно очевидно, что запросы и поведение рабочего и инженера, экономиста и менеджера, филолога и преподавателя существенно различаются. Поэтому маркетологи должны исследовать взаимосвязи между профессиональными группами людей и их интересом в приобретении того или иного товара или услуги. Так, фирмы, производящие персональные компьютеры и программное обеспечение, обязательно должны изучать уровень профессиональной подготовки потенциальных пользователей.

Task 6. *Inverse the word order in a sentence following the example:*

Экономические факторы влияют (воздействуют) на поведение потребителя. – Потребитель испытывает влияние (воздействие) экономических факторов.

1). Социальные факторы воздействуют на потребителя. 2). Референтные группы оказывают влияние на потребителя. 3). Потребитель испытывает влияние национального и культурного факторов. 4) . Потребитель находится под влиянием традиций. 5). Покупатель подвергается воздействию рекламы. 6). Личностные факторы влияют на покупателя. 7). Профессия оказывает воздействие на поведение покупателя. 8). Потребитель находится под влиянием общественного мнения.

Task 6. *Study the table that illustrate the influence of various factors on customer behavior. Use the table materials and the verb models from task 5 to speak on the influence of various factors on customer behavior.*

Изучите таблицу, показывающую влияние различных факторов на поведение покупателя. Используйте материалы таблицы и глагольные модели из задания 5 для рассказа о влиянии различных факторов на поведение покупателя.

Факторы, влияющие на поведение покупателя

Экономические и политические	Социальные	Культурные и национальные	Личностные	Психологические
Политическая обстановка. Экономическое положение. Законодательная база. Внешнеэкономическая политика государства	Принадлежность к общественному классу, группе. Референтные группы. Семья. Роли и статусы	Культура. Национальные традиции. Географические и природные условия	Возраст и этап жизненного цикла семьи. Род занятий. Образование. Образ жизни. Материальное положение. Тип личности	Мотивация Восприятие Усвоение Убеждения

Task 7. *Replace the highlighted words and phrases with related expressions from the text. Замените выделенные слова и словосочетания близкими им по смыслу выражениями из текста.*

1). Когда потребитель **решает что-то купить**, он **подвергается влиянию** разных факторов.
 2). Высокая инфляция **заставляет покупать** товары на будущее.
 3). Референтными группами **называются** разные объединения людей, **которые влияют** на человека.
 4). Члены таких групп стремятся **говорить, вести себя и одеваться одинаково**.
 5). Культура **показывает себя** через систему социальных норм.
 6). Национальные черты характера **определяются** географическим положением местности.
 7). Маркетологи должны **изучать** взаимосвязи между профессией человека и его интересом в **покупке** того или иного товара.

Task 8. Answer the questions:*Ответьте на вопросы:*

- 1). Какая группа факторов сильнее влияет на другие факторы и меньше воздействует на поведение потребителя?
- 2). Какова роль социальных факторов в поведении покупателя?
- 3). Какие черты присущи социальным группам?
- 4). Что такое референтная группа?
- 5). Что свойственно членам референтной группы?
- 6). Как культурные и национальные факторы влияют на поведение покупателя?
- 7). Что позволяет понять знание культурных особенностей?
- 8). Какие еще факторы могут влиять на спрос?
- 9). Почему профессия влияет на поведение покупателя?
- 10). Что обязательно должны изучать маркетологи?

Task 9. Form verbal and nominal phrases using the words in the right and left columns:*Из слов в правой и левой колонке образуйте глагольные и именные словосочетания:*

Принять –	решение о покупке
Воздействовать –	поведение человека
Установить –	высокие цены
Унифицировать –	образ жизни
Приобретать –	материальные блага
Формировать –	система социальных норм
Зависеть –	географическое положение
Выделять –	несколько этапов

Task 10. Divide the text into semantic parts. Head each part in the form of personalized sentences. Make a nominative outline of the text.*Разделите текст на смысловые части. Озаглавьте каждую часть в форме именных предложений. Составьте номинативный план текста.***Task 11. Write down the content of each semantic part of the text in brief. Compose your abstracts.***Запишите коротко содержание каждой смысловой части текста. Составьте тезисы текста.***Task 12. Using the nominative plan and theses, give a brief view of the text.***Используя номинативный план и тезисы, кратко расскажите содержание текста.***Task 13. Make a detailed narration of the text. Write notes of the text.***Сделайте подробную запись текста. Напишите конспект текста.***Task 14. Using the plan and notes of the text, tell in detail about the factors that influence consumer behavior.***Используя план и конспект, расскажите подробно о факторах, воздействующих на поведение потребителя.*

Conclusions

Thus, the formation of foreign students' communicative competence is important in the process of studying at university and preparing specialists for their primary fields of expertise. Learning Russian as a language of specialty is aimed at fulfilling the need for education, training, research and other activities in the education environment. The system of exercises presented in this work allows for the development of speech-cognitive activity, the activation of speech skills and the attraction of interest in educational speech and other activities.

Authentic texts should be included into the studied lexical and grammar material. The introduction of new vocabulary to empower students should not be voluminous so as not to impede reading comprehension. The repetition of sentences with different variations helps students learn to deliver the content of what they have read.

The learning material is built in such a way that information is repeated in various types of speech activity, which facilitates the formation of sustainable language skills and communicative competencies.

References

- Orekhova, I. A. Language Environment: Typology Attempt. Moscow. 2003.
- Russian Education. Federal State Educational Standard. <http://standart.edu.ru>
- Shchukin, A. N. "Competence and Competency. The Methodologist's View of the Actual Problem of Linguodidactics". Russian Language Abroad. Issue 5 (2008): 14-20
- Zhukov, Y. M., Petrovskaya, L.A., Rastyannikov, P.V. Diagnosis and Development of Competence in Communication. Kirov: 2001.
- Zimnyaya, I. A. "Competency Approach. Its Place in the System of Approaches to the Problems of Education". Higher Education Today. Issue 8 (2006): 20-26

Las opiniones, análisis y conclusiones del autor son de su responsabilidad y no necesariamente reflejan el pensamiento de **Revista Inclusiones**.

La reproducción parcial y/o total de este artículo debe hacerse con permiso de **Revista Inclusiones**.