

УДК 378.147: 811.11:379.8

DOI <https://doi.org/10.32782/academ-ped.psych-2026-1.17>**Олександр ПОЗДНЯКОВ**

кандидат філологічних наук, доцент,

доцент кафедри іноземних мов і країнознавства,

Карпатський національний університет імені Василя Стефаника

dietch\_910@ukr.net

**ORCID:** 0000-0001-7525-7108

## КОМУНІКАТИВНА СПРЯМОВАНІСТЬ ІНШОМОВНОЇ ПІДГОТОВКИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ З ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ

**Анотація.** Метою дослідження є визначення особливостей формування іноземномовної комунікативної компетентності майбутніх фахівців туризму та гостинності. Ця галузь індустрії має високий ступінь залежності від людського фактору, а якість іноземномовної комунікації безпосередньо впливає на задоволеність клієнтів, імідж дестинацій, ділові контакти, партнерські відносини. **Методологія.** У статті використано описовий метод для вивчення теоретичних засад поняття комунікативної компетентності та її структурних компонентів, а порівняльний метод – для зіставного аналізу методологічних підходів до її формування під час професійної підготовки фахівців туризму та гостинності. За допомогою методів класифікації та узагальнення з'ясовано специфіку професійного іноземномовного спілкування у сфері послуг. Визначення чинників ефективності комунікативно спрямованого навчання здійснено шляхом застосування методів аналізу та синтезу. **Наукова новизна** дослідження полягає в тому, що воно дає змогу окреслити базові методологічні засади іноземномовної підготовки, уточнити ключові дефініції, систематизувати наявні підходи та визначити наукові орієнтири для подальшого вдосконалення змісту, методів і технологій навчання майбутніх висококваліфікованих фахівців сфери послуг. **Висновки.** В результаті здійсненого дослідження уточнено структуру іноземномовної комунікативної компетентності фахівця туризму та гостинності, яка включає як традиційні мовні компоненти, так і специфічні, фахово орієнтовані вміння. Для підготовки студентів досліджуваної галузі особливо важливими є лінгвістичний, соціолінгвістичний, прагматичний, стратегічний та культурологічний компоненти іноземномовної комунікативної компетентності. Доведено, що професійне іноземномовне спілкування у сфері послуг має стандартизований та міжкультурний характер, що потребує спеціальної підготовки на основі автентичних матеріалів, моделювання комунікативних ситуацій, наближених до умов реальної професійної діяльності, застосування інтерактивних методів навчання. Виокремлено такі ключові чинники ефективності комунікативно спрямованого навчання здобувачів освіти з туризму та гостинності: професійна спрямованість змісту навчання; комплексність навчання; використання автентичних матеріалів; інтерактивність; інтеграція міжкультурного компоненту; застосування інформаційно-цифрових технологій.

**Ключові слова:** професійне спілкування, іноземномовна комунікативна компетентність, комунікативні моделі, сфера послуг, автентичність, міжкультурний компонент навчання.

**Oleksandr POZDNIAKOV**

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,

Associate Professor at the Department of Foreign Languages and Country Studies,

Vasyl Stefanyk Carpathian National University

dietch\_910@ukr.net

**ORCID:** 0000-0001-7525-7108

## COMMUNICATIVE ORIENTATION OF FOREIGN LANGUAGE TRAINING OF STUDENTS IN TOURISM AND HOSPITALITY

**Abstract.** The purpose of the study is to determine the features of forming a foreign language communicative competence of future tourism and hospitality specialists. This industry has a high degree of dependence on the human factor, and the quality of foreign language communication directly affects customer satisfaction, the image of destinations, business contacts, and partner relationships. **Methodology.** In the article, the descriptive method has been used to study the theoretical basis of the concept of communicative competence and its structural components, while the comparative



© О. Поздняков, 2026

Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

*method has been applied to carry out the comparative analysis of methodological approaches to its formation in the process of professional training of tourism and hospitality specialists. By using the methods of classification and generalization the specifics of professional foreign language communication in the service sector has been revealed. The factors of effectiveness of communicatively oriented training have been determined by applying the methods of analysis and synthesis. **The scientific novelty** of the study lies in the fact that it allows to outline the basic methodological principles of foreign language training, clarify key definitions, systematize existing approaches, and determine scientific guidelines for further improvement of the content, methods, and technologies of training of future highly qualified specialists in the service sector. **Conclusions.** As a result of the study, the structure of foreign language communicative competence of a specialist in tourism and hospitality has been clarified. It includes both traditional language components and specific, professionally oriented skills. Linguistic, sociolinguistic, pragmatic, strategic and cultural components of foreign language communicative competence are particularly important for the training of students in the studied industry. It has been proven that professional foreign language communication in the service sector has a standardized and intercultural character, which requires special training based on authentic materials, modeling communicative situations close to the conditions of real professional activity, and the use of interactive teaching methods. The following key factors of the effectiveness of communicatively oriented training of tourism and hospitality students have been singled out: professional orientation of the learning content; comprehensiveness of learning; use of authentic materials; interactivity; integration of the intercultural component; use of information and digital technologies.*

**Key words:** *professional communication, foreign language communicative competence, communicative models, service industry, authenticity, intercultural component of learning.*

**Постановка проблеми.** Інтеграційні процеси, що охоплюють світову індустрію послуг, зумовлюють нові вимоги до професійної підготовки фахівців туристичної та готельно-ресторанної сфер. Туризм і гостинність є однією з найбільш глобалізованих галузей, у якій міжкультурна взаємодія, оперативність комунікації та здатність ефективно працювати з представниками різних культурних і мовних спільнот визначають рівень професійної компетентності та успішність професійної діяльності. За цих умов іноземна мова виступає не лише засобом обміну інформацією, але й інструментом сервісної підтримки, культурного посередництва, створення позитивного іміджу підприємств зазначеної сфери та забезпечення високих стандартів обслуговування.

Актуальність дослідження аргументується тим, що сфера туризму і гостинності має високий ступінь залежності від людського фактору, а якість іншомовної комунікації безпосередньо впливає на задоволеність клієнтів, імідж дестинацій, ділові контакти, партнерські відносини та розвиток міжнародних туристичних потоків. У ситуації розширення географії подорожей, збільшення туристичних потоків та впровадження цифрових технологій у сфері послуг від майбутніх фахівців очікується здатність вести професійне спілкування на високому рівні, адаптуючи його до потреб конкретної комунікативної ситуації, комунікативних норм та культурних особливостей співрозмовника.

Наступним чинником є трансформація освітньої парадигми, яка вимагає

компетентнісного підходу та орієнтації на професійні стандарти. Наявні навчальні програми з іноземної мови для студентів туристичного та готельно-ресторанного профілів потребують оновлення, оскільки не завжди враховують сучасні виклики, нові професійні ролі, появу цифрових сервісів, розширення сфери онлайн-комунікації та необхідність володіння не лише загальною, але й спеціалізованою, фаховою лексикою. Крім того, спостерігається диверсифікація науково-методичних напрацювань, що ускладнює формування цілісного теоретичного підґрунтя для створення ефективних моделей іншомовної підготовки майбутніх фахівців.

Отже, причинами, що зумовлюють необхідність поглибленого теоретичного аналізу досліджуваної проблеми, є:

- відсутність систематизованої наукової моделі викладання іноземної мови для студентів сфери туризму і гостинності, яка б поєднувала вимоги сучасної професійної діяльності, міжнародні стандарти сервісу та освітні тенденції;
- потреба в уточненні структури й змісту іншомовної професійної комунікативної компетентності, зокрема її діяльнісного, стратегічного, міжкультурного компонентів;
- необхідність оновлення теоретичних засад добору навчального матеріалу, включно з фаховою термінологією, моделями ситуацій професійного спілкування;
- зростання значення міжкультурної комунікації, яка потребує теоретичного обґрунтування методів і принципів формування відповідної компетентності у майбутніх фахівців;

– інтенсивний розвиток цифрових платформ, сервісів та інструментів, що трансформують способи комунікації у сфері туризму й гостинності та потребують оновлення підходів до викладання іноземних мов.

З огляду на зазначене, **наукова новизна** пропонованого дослідження полягає в тому, що воно дає змогу окреслити базові методологічні засади іншомовної підготовки, уточнити ключові дефініції, систематизувати наявні підходи та визначити наукові орієнтири для подальшого вдосконалення змісту, методів і технологій навчання майбутніх висококваліфікованих фахівців сфери послуг.

Аналіз джерел та останніх досліджень показує, що сучасна наукова література з проблем викладання іноземної (насамперед англійської) мови студентам туристичного та готельно-ресторанного профілю концентрується навколо низки взаємопов'язаних тем, зокрема потребо-орієнтованого навчання, використання автентичних матеріалів і завдань, формування професійно-комунікативної та соціокультурної компетентностей, впровадження активних методик (як-от інтеграції цифрових інструментів), а також взаємодії освіти з реальними вимогами ринку праці. У працях зарубіжних науковців і педагогів наголошується, зокрема, на необхідності розвитку в здобувачів освіти міжкультурної комунікативної компетентності [11], вивчаються питання дієвих методів навчання, орієнтованих на задоволення сучасних вимог галузі [13], зокрема професійно орієнтованої мовної підготовки [7; 9].

Щодо українських наукових і методичних праць, то вони підкреслюють пріоритетність формування професійно-комунікативної та соціокультурної компетентності як ключової складової частини підготовки фахівців [3], потребу розвивати мовленнєве вміння в умовах вирішення комунікативних завдань [1], необхідність комбінування традиційних та інноваційних методів навчання [2]. Також вказується на важливість використання автентичних текстів і ситуацій, інтеграцію міжкультурного компонента, зростання ролі викладача як фасилітатора професійної підготовки.

Водночас варто зазначити, що, незважаючи на високу зацікавленість досліджуваною проблемою, питання інтеграції теоретичних

моделей комунікативної компетентності із сучасними потребами туристичного та готельно-ресторанного бізнесу недостатньо висвітлене. Це детермінує релевантність пропонованого дослідження.

**Мета статті** полягає у визначенні особливостей формування іншомовної комунікативної компетентності майбутніх фахівців з туризму та гостинності.

Завдання статті полягають у аналізі теоретичних засад іншомовної комунікативної компетентності; виокремленні структури та змісту іншомовної комунікативної компетентності сучасного фахівця з туристичного бізнесу та готельно-ресторанної справи; вивченні методологічних підходів до її формування; розкритті специфіки професійного іншомовного спілкування у сфері туризму та гостинності; узагальненні чинників, що забезпечують ефективно, фахово орієнтоване вивчення іноземних мов здобувачами освіти зазначених вище спеціальностей.

Для досягнення мети та виконання завдань дослідження було використано такі методи:

- описовий – для вивчення теоретичних засад поняття комунікативної компетентності та її структурних компонентів;

- порівняльний – для зіставного аналізу методологічних підходів до формування іншомовної комунікативної компетентності фахівців з туризму та гостинності;

- класифікації та узагальнення – для з'ясування специфіки професійного іншомовного спілкування у сфері послуг;

- аналізу та синтезу – для визначення чинників ефективності комунікативно спрямованого навчання здобувачів освіти досліджуваних спеціальностей.

**Виклад основного матеріалу.** У сучасній лінгводидактиці іншомовна комунікативна компетентність тлумачиться як здатність людини здійснювати ефективну, доцільну та соціально прийнятну комунікацію іноземною мовою в усній і письмовій формах, охоплюючи граматичну, соціолінгвістичну, дискурсивну та стратегічну компетентності [6, с. 10]. Водночас успішність мовленнєвої взаємодії залежить не лише від знання мовної системи, але й від уміння використовувати її відповідно до соціального контексту [13, с. 42]. У сфері послуг це особливо важливо для уникнення

комунікативного бар'єру з клієнтом. З цієї точки зору важливим є застосування концепцій, які пояснюють механізми формування інтенції мовця, вибір мовленнєвих актів і міжкультурну інтерпретацію висловлювань [11, с. 39]. Отже, висококваліфікований фахівець повинен уміти не лише граматично правильно говорити, але й дотримуватися норм ділової ввічливості, швидко адаптувати мовлення, застосовувати стратегії уникнення конфліктів, а також інтерпретувати невербальні сигнали.

Для фахівців з туризму та гостинності іншомовна комунікативна компетентність постає у прикладному вимірі, поєднуючи мовні знання, професійні комунікативні уміння та здатність їх застосовувати в ситуаціях міжкультурної взаємодії. Саме тому в основі підготовки здобувачів вищої освіти релевантними є методи вивчення іноземної мови для фахових цілей, які враховують специфіку галузі та типові комунікативні ситуації (як-от продаж турів, проведення екскурсій, бронювання, відповіді на скарги клієнтів тощо) [9, с. 19]. Ця комунікація має високий рівень стандартизації, що формує особливий дискурс, якому притаманні усталені мовленнєві форми, професійні фразеологізми та алгоритми діалогів [8]. Отже, рівень іншомовної комунікативної компетентності визначається також вмінням моделювати відповідні професійно орієнтовані мовленнєві зразки.

В результаті аналізу наукових публікацій можна виокремити такі компоненти іншомовної комунікативної компетентності, важливі для підготовки студентів досліджуваних спеціальностей.

1. Лінгвістичний компонент – знання граматики, лексики, фонетики, фахової термінології. Лексика туризму та гостинності має високу частотність спеціалізованих термінів, стійких виразів, знання яких дає змогу точно інтерпретувати професійні завдання. До них також належать граматичні структури та інтонаційні моделі, що сприяють створенню відповідної комунікативної атмосфери в умовах міжкультурної взаємодії [7, с. 73].

2. Соціолінгвістичний компонент – уміння добирати мовні форми відповідно до особливостей комунікативного партнера, ситуації обслуговування, культурних норм. Комунікація

у сфері туризму та гостинності передбачає, зокрема, використання форм ввічливості, пом'якшувальних конструкцій, нейтральних формул вибачення [10, с. 51]. Це детерміновано статусними ролями, культурними нормами ввічливості, очікуваннями клієнтів з різних країн. Так, у деяких культурах, наприклад у японській, прийнято проявляти вищий рівень формальності та акцентувати увагу на вибаченнях; у США – більш прямий стиль спілкування, але з дружнім тоном; у країнах Європи існує баланс між ввічливістю та нейтральністю [11, с. 41].

3. Прагматичний компонент полягає у здатності реалізовувати мовленнєві акти (пропозиція, вибачення, пояснення, уточнення, переконання), притаманні сфері послуг. Прагматика формує здатність використовувати мову відповідно до контексту, як-от формулювання інструкцій для клієнтів; пояснення правил та норм; реагування на нестандартні ситуації; запобігання конфліктам.

4. Стратегічний компонент – використання компенсаторних стратегій, необхідних у випадках, коли бракує мовної компетентності [5, с. 62]. Цей компонент важливий, якщо клієнт має низький рівень володіння іноземною мовою або походить з іншого лінгвокультурного середовища. Релевантні стратегії спілкування включають парафрази, уточнення, уникнення непорозуміння, підтримання бесіди тощо.

5. Культурологічний компонент є визначальним для запобігання конфліктам та створення позитивного враження від наданої послуги. Він охоплює знання норм поведінки гостей різних культур, міжкультурних відмінностей у сервісних очікуваннях (наприклад, очікування швидкої реакції в США проти більш спокійного темпу в Південній Європі), заборон і чутливих тем у різних культурах, жестової поведінки та норм дистанції [11, с. 41].

Розкриваючи специфіку професійного іншомовного спілкування у сфері туризму та гостинності, звертаємо увагу на такі його характеристики:

– клієнтоорієнтованість – мовлення має бути ввічливим, нейтральним, спрямованим на створення позитивного враження від надання послуги;

- високий рівень стандартизації – використання усталених мовних зразків (як-от вітання, пояснення, переконання, інформування, надання інструкцій);

- необхідність швидкої адаптації мовлення до непередбачуваних ситуацій (скарги, зміна бронювання, форс-мажорні випадки тощо);

- міжкультурна компетентність як запорука успішної комунікативної взаємодії – спілкування з клієнтами з різних країн потребує знань культурних відмінностей у сприйнятті сервісу [4, с. 14; 11, с. 38].

Методологічні підходи до формування іншомовної комунікативної компетентності здобувачів вищої освіти досліджуваних спеціальностей постають як поєднання традиційних та інноваційних шляхів оптимізації процесу професійної підготовки. Серед найбільш ефективних, на нашу думку, варто виокремити такі:

- комунікативний підхід, сутність якого полягає у навчанні мови через спілкування, моделювання автентичних ситуацій, розвиток умінь дискутувати, ставити запитання, аргументувати власну думку; навчання через спілкування включає рольові ігри, проєктну діяльність, діалогічні практики тощо [12, с. 56];

- професійно орієнтований підхід, зосереджений на потребах конкретного фаху; цей підхід вимагає використання в процесі навчання автентичних матеріалів; рекомендовані аналіз автентичних ділових документів, опрацювання інструкцій, описів послуг, симуляція виконання професійних завдань тощо [10, с. 22];

- культурологічний підхід, що сприяє формуванню компетентності толерантного спілкування, врахування культурних особливостей клієнтів; зміст культурологічного підходу включає порівняння культурних моделей комунікативної поведінки, аналіз міжкультурних інцидентів, розвиток навичок адаптації до культурного контексту [14, с. 134];

- діяльнісний підхід, який передбачає формування мовних компетентностей через виконання професійних завдань: заповнення документів, ведення діалогів, проведення презентацій, симуляцію конфліктних ситуацій тощо; він передбачає виконання практичних кейсів, моделювання професійних ситуацій, інтеграцію мовних навичок з фаховими знаннями [7, с. 75].

На основі аналізу наукової літератури виокремлено такі ключові чинники ефективності

комунікативно спрямованого навчання здобувачів освіти з туризму та гостинності:

- професійна спрямованість змісту навчання – підбір лексики й граматичних структур відповідно до реальних потреб галузі;

- комплексність навчання – поєднання лінгвістичної теорії з практичними комунікативними навичками;

- використання автентичних матеріалів – інструкцій, прайс-листів, меню, вебсайтів тощо;

- інтерактивність – рольові ігри, кейс-метод, моделювання ситуацій з надання послуг;

- інтеграція міжкультурного компоненту – вивчення культурних практик, цінностей та очікувань потенційних клієнтів;

- застосування інформаційно-цифрових технологій – віртуальних симуляторів, онлайн-платформ, відеотренажерів реальних комунікативних ситуацій [4, с. 11; 11, с. 42; 15, с. 45].

**Висновки.** Результати здійсненого дослідження дають підстави стверджувати, що формування іншомовної комунікативної компетентності майбутніх фахівців туристичного бізнесу та готельно-ресторанної справи є багатоаспектним процесом, який ґрунтується на інтеграції лінгвістичних, соціолінгвістичних, прагматичних, стратегічних та культурологічних складових частин. З'ясовано, що ефективність цього процесу визначається поєднанням комунікативного, діяльнісного, культурологічного та професійно орієнтованого підходів, які забезпечують відповідність навчання реальним потребам сучасної сфери послуг.

Уточнено структуру іншомовної комунікативної компетентності фахівця туризму та гостинності, що включає як традиційні мовні компоненти, так і специфічні для досліджуваної галузі, фахово орієнтовані вміння. Доведено, що професійне іншомовне спілкування у сфері послуг має стандартизований та міжкультурний характер, тому потребує спеціальної підготовки на основі автентичних матеріалів, моделювання комунікативних ситуацій, наближених до умов реальної професійної діяльності, застосування інтерактивних методів навчання.

Спираючись на дані аналізу праць зарубіжних і вітчизняних дослідників, можемо сформулювати такі практико-наукові висновки для вдосконалення структури освітніх компонентів, спрямованих на опанування іноземної

мови студентами спеціальностей «Туризм» і «Готельно-ресторанна справа»: розроблення курсу має починатися з багатостороннього вивчення потреб галузі; пріоритетними є розвиток усного мовлення та аудіювання в контексті професійної діяльності, робота з автентичними матеріалами; силабуси освітніх компонентів повинні поєднувати модульні академічні блоки і практичні симуляції; оцінювання має містити як тестові елементи, так і практичні кейси.

Таким чином, формування комунікативної компетентності здобувачів вищої освіти з

туризму та гостинності слід вибудовувати як цілісну систему професійно спрямованої іншомовної підготовки, що забезпечує готовність до здійснення ефективної комунікації у глобалізованому, полікультурному ринку сфери послуг.

Перспективним напрямом подальших досліджень вважаємо емпіричне вивчення ефективності застосування в навчальному процесі окремих методологічних підходів та доцільність окремих структурних елементів відповідних освітніх компонентів.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Карасьова О. Засоби формування іншомовної комунікативної компетентності студентів немовних спеціальностей. *Наукові записки кафедри педагогіки*. 2023. № 52. С. 71–80. <https://doi.org/10.26565/2074-8167-2023-52-08>.
2. Шестель О., Старинець О., Заїка О. Засоби формування іншомовної комунікативної компетентності фахівців сфери обслуговування. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2019. Вип. 26. Т. 2. С. 179–183. <https://doi.org/10.24919/2308-4863.2/26.195909>.
3. Южно Н. Суть та структура іншомовної комунікативної компетентності фахівців. *Наукові записки кафедри педагогіки*. 2022. № 51. С. 113–120. <https://doi.org/10.26565/2074-8167-2022-51-13>.
4. Bailey S. *Academic Writing: A Handbook for International Students*. 5<sup>th</sup> ed. London, New York: Routledge, 2018. 344 p.
5. Brown H. Douglas. *Principles of Language Learning and Teaching: A Course in Second Language Acquisition*. 6<sup>th</sup> ed. Pearson Education, 2014. 402 p.
6. Council of Europe. *Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment – Companion volume*. Strasbourg: Council of Europe Publishing, 2020. URL: <https://www.coe.int/en/web/common-european-framework-reference-languages>.
7. Dudley-Evans T., St. John M.J. *Developments in English for Specific Purposes: A Multi-Disciplinary Approach*. Cambridge: Cambridge University Press, 2012. 301 p.
8. Firth M. *Service Encounters in Tourism, Events and Hospitality: Staff Perspectives*. Bristol: Channel View Publications, 2019. <https://doi.org/10.21832/9781845417284>.
9. Hutchinson T., Waters A. *English for Specific Purposes: A Learning-Centred Approach*. Cambridge: Cambridge University Press, 1987. 183 p. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511733031>.
10. Jenkins J. *English as a Lingua Franca in the International University. The Politics of Academic English Language Policy*. Routledge, 2013. <https://doi.org/10.4324/9780203798157>.
11. Kramsch C. *Language and Culture*. *AILA Review*. 2014. Vol. 27. Issue 1. P. 30–55. <https://doi.org/10.1075/aila.27.02kra>.
12. Littlewood W. *Communicative Language Teaching. An Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press, 2002. 109 p.
13. Richards J.C., Rodgers T.S. *Approaches and Methods in Language Teaching*. 3d ed. Cambridge University Press, 2014. 410 p. <https://doi.org/10.1017/9781009024532>.
14. *The SAGE Handbook of Intercultural Competence* / ed. by D.K. Deardorff. Los Angeles; London; New Delhi; Singapore; Washington DC: SAGE Publications, 2009. 560 p.
15. Ur P. *A Course in Language Teaching. Practice and Theory*. Cambridge: Cambridge University Press, 2009. 375 p.

#### REFERENCES:

1. Karasivova, O. (2023). Zasoby formuvannia inshomovnoi komunikativnoi kompetentnosti studentiv nemovnykh spetsialnostei [Means of forming foreign language communicative competence of students of non-lingual specializations]. *Naukovi zapysky kafedry pedahohiky – Scientific Notes of the Pedagogical Department*, 52, 71–80. <https://doi.org/10.26565/2074-8167-2023-52-08>. [in Ukrainian]
2. Shestel, O., Starynets, O., & Zayika, O. (2019). Zasoby formuvannia inshomovnoi komunikativnoi kompetentnosti fakhivtsiv sfery obsluhovuvannia [Means of formation of foreign language communicative competence

of service industry specialists]. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk – Current Issues of the Humanities*, 26(2), 179–183. <https://doi.org/10.24919/2308-4863.2/26.195909>. [in Ukrainian]

3. Iukhno, N. (2022). Sut ta struktura inshomovnoi komunikativnoi kompetentnosti fakhivtsiv [The essence and structure of the formation of foreign language communicative competence of specialists]. *Naukovi zapysky kafedry pedahohiky – Scientific Notes of the Pedagogical Department*, 51, 113–120. <https://doi.org/10.26565/2074-8167-2022-51-13>. [in Ukrainian]

4. Bailey, S. (2018). *Academic Writing: A Handbook for International Students* [5<sup>th</sup> ed.]. London, New York: Routledge. [in English]

5. Brown, H. Douglas (2014). *Principles of Language Learning and Teaching: A Course in Second Language Acquisition* [6<sup>th</sup> ed.]. Pearson Education. [in English]

6. Council of Europe (2020). *Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment – Companion volume*. Strasbourg: Council of Europe Publishing. URL: <https://www.coe.int/en/web/common-european-framework-reference-languages>. [in English]

7. Dudley-Evans, T., & St. John, M.J. (2012). *Developments in English for Specific Purposes: A Multi-Disciplinary Approach*. Cambridge: Cambridge University Press. [in English]

8. Firth, M. (2019). *Service Encounters in Tourism, Events and Hospitality: Staff Perspectives*. Bristol: Channel View Publications. <https://doi.org/10.21832/9781845417284>. [in English]

9. Hutchinson, T., & Waters, A. (1987). *English for Specific Purposes: A Learning-Centred Approach*. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511733031>. [in English]

10. Jenkins, J. (2013). *English as a Lingua Franca in the International University. The Politics of Academic English Language Policy*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203798157>. [in English]

11. Kramsch, C. (2014). Language and Culture. *AILA Review*, 27 (1), 30–55. <https://doi.org/10.1075/aila.27.02kra>. [in English]

12. Littlewood, W. (2002). *Communicative Language Teaching. An Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press. [in English]

13. Richards, J.C., & Rodgers, T.S. (2014). *Approaches and Methods in Language Teaching* [3rd ed.]. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781009024532>. [in English]

14. Deardorff, D.K. (Ed.) (2009). *The SAGE Handbook of Intercultural Competence*. Los Angeles; London; New Delhi; Singapore; Washington DC: SAGE Publications. [in English]

15. Ur, P. (2009). *A Course in Language Teaching. Practice and Theory*. Cambridge: Cambridge University Press. [in English].

Дата першого надходження статті до видання: 16.12.2025

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 13.01.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 19.03.2026