

ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА ОБУЧЕНИЯ И ВОСПИТАНИЯ (ПО ОБЛАСТЯМ И УРОВНЯМ ОБРАЗОВАНИЯ)/THEORY AND METHODS OF TEACHING AND UPBRINGING (BY AREAS AND LEVELS OF EDUCATION)

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.156.75>

ТЕКУЩИЕ ТЕНДЕНЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ЦЕЛЕЙ СТУДЕНТАМ РЕКЛАМНЫХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Научная статья

Лебедев А.В.^{1,*}, Рожков М.А.²

¹ ORCID : 0000-0002-1927-5595;

² ORCID : 0000-0002-6412-9351;

^{1,2} Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева, Саранск, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (toshaleb[at]mail.ru)

Аннотация

Целью данного исследования является выявление проблем и перспектив преподавания английского языка для специальных целей (ESP) студентам рекламных специальностей на примере Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарева. В статье рассматриваются способы активизации знаний у студентов, возникающие при обучении ESP в контексте профессиональной подготовки будущих специалистов в области рекламы, а также отмечаются возможности улучшения преподавания ESP в высшем учебном заведении. На основе анализа современных методик преподавания ESP выявлено, что качество образовательного процесса может быть повышено посредством таких стратегий, как комплексный подбор аутентичных и адаптированных учебных материалов, повышение мотивации учащихся, активное использование современных цифровых технологий. Научная новизна и практическая значимость исследования состоят в комплексном подходе к изучению проблем преподавания ESP в условиях современного мира, рекомендациях для повышения эффективности образовательного процесса. Результаты исследования могут быть использованы практикующими преподавателями ESP, а также для разработчиков учебных программ и курсов по английскому языку для профессиональных целей.

Ключевые слова: английский язык для специальных целей, ESP, аутентичные и адаптированные материалы, студенты рекламных специальностей, профессиональная подготовка, методика преподавания.

CURRENT TRENDS IN TEACHING ENGLISH FOR SPECIAL PURPOSES TO THE STUDENTS OF ADVERTISING PROGRAMS: ISSUES AND PROSPECTS

Research article

Lebedev A.V.^{1,*}, Rozhkov M.A.²

¹ ORCID : 0000-0002-1927-5595;

² ORCID : 0000-0002-6412-9351;

^{1,2} National Research Mordovia State University, Saransk, Russian Federation

* Corresponding author (toshaleb[at]mail.ru)

Abstract

The purpose of this study is to identify the issues and prospects of teaching English for Specific Purposes (ESP) to the students of advertising programs based on the example of N.P. Ogarev Mordovia State University. The article examines the possibilities of activating students' knowledge that arise when teaching ESP in the context of professional training of future advertising specialists, and also notes the possibilities of improving the teaching of ESP in higher education institutions. Based on the analysis of modern ESP teaching methods, the article identifies opportunities for improving the quality of the educational process, such as comprehensive selection of authentic and adapted teaching materials, increasing student motivation, and the active application of modern digital technologies. The academic significance and practical importance of the research lie in the integrated approach to studying the issues of teaching ESP in the modern world, recommendations for improving the effectiveness of the educational process. The results of the study can be used by practicing ESP teachers, as well as developers of curricula and courses in English for professional purposes.

Keywords: English for Specific Purposes, ESP, authentic and adapted materials, students of advertising, professional training, ESP teaching methods.

Введение

Актуальность исследования обусловлена тем, что в условиях глобализации и стремительного развития технологий английский язык становится ключевым инструментом международного общения и сотрудничества. В связи с этим изучение английского языка для специальных целей (ESP — English for Specific Purposes) приобретает особую значимость, особенно в контексте высшего образования. Данная статья посвящена анализу роли и значения ESP в современных университетских программах, а также выявлению факторов, способствующих эффективному внедрению и использованию этого подхода в образовательном процессе.

Английский язык уже давно вышел за рамки простого средства коммуникации и стал неотъемлемой частью профессиональной деятельности в различных сферах науки, техники, бизнеса и культуры. Современные студенты

должны обладать не только базовыми знаниями грамматики и лексики, но и уметь эффективно использовать язык в конкретных профессиональных контекстах. Именно поэтому программы ESP становятся все более востребованными в высших учебных заведениях по всему миру.

Целью настоящего исследования является анализ основных аспектов существующих ESP-программ, их влияния на подготовку специалистов в различных областях знаний, а также выявление ключевых преимуществ и вызовов, связанных с внедрением таких программ в учебные планы вузов. Особое внимание уделяется практическим аспектам применения ESP в российских образовательных учреждениях, в частности таким, как разработка учебных материалов, а также вопросу использования цифровых технологий с целью повышения мотивации учащихся.

Таким образом, данная работа направлена на обоснование необходимости внедрения и совершенствования программ ESP в системе высшего образования, что позволит студентам лучше адаптироваться к требованиям современного рынка труда и успешно интегрироваться в международное профессиональное сообщество.

Логика исследования подразумевает следующую структуру:

1. Изучение и анализ существующих методик преподавания ESP, выявление их применимости к подготовке студентов рекламных специальностей российских вузов, обзор основных преимуществ и недостатков (на примере МГУ им. Н.П. Огарева).

2. Определение проблемных вопросов, возникающих при реализации курса ESP в контексте профессиональной подготовки студентов рекламных специальностей, разработка предложений по совершенствованию процесса обучения ESP с учетом выявленных проблем.

Методы и принципы исследования

Методологической основой исследования послужил анализ значимых научных публикаций по данной тематике ряда зарубежных и отечественных авторов, проведение опроса среди преподавателей ФБГОУ МГУ им. Н.П. Огарева и студентов рекламных направлений подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», 42.03.05 «Медиакоммуникации», а также наблюдение за процессом реализации образовательных программ ESP на примере данного учебного заведения.

Теоретическая база исследования включает работы ведущих исследователей в области методики преподавания иностранных языков и ESP, таких как Hutchinson & Waters [10], Dudley-Evans & St John [8], Hyland [9], P. Stevens [14], C. Tribble [16]. Среди отечественных исследований, посвященных проблемам и методике преподавания английского для специальных целей, стоит отметить работы исследователей Казаковой М.А. и Евтюгиной А.А. [3], Беловой Е.Е. и Рябковой Ю.В. [1], в которых анализируется опыт внедрения ESP и использования аутентичных материалов при работе со студентами рекламных (рекламных) специальностей. Также отдельного внимания заслуживает исследование Доценко Н.С. [2], рассматривающего особенности преподавания английского языка для специальных целей и отмечающего растущую важность использования цифровых технологий в образовательном процессе.

Данные работы помогли глубже понять и проанализировать отечественный и зарубежный опыт преподавания ESP, а также учесть особенности российской образовательной системы, что существенно обогатило исследование.

Основные результаты

Английский для профессиональных целей (ESP) представляет из себя специализированную область преподавания языка, целью которой является достижение ряда коммуникативных и лингвистических задач в профессиональной сфере. Анализ современных методик преподавания ESP показывает, что большинство из них ориентировано на развитие общих коммуникативных навыков, таких как чтение, письмо, говорение и аудирование. Однако для студентов гуманитарных (в том числе, рекламных) специальностей требуется акцент на специфические аспекты языка, такие как терминология, стилистика и культура общения в бизнес-сфере. В частности, одной из проблем является недостаточная адаптированность существующих материалов к нуждам студентов рекламных специальностей.

В настоящее время существует несколько педагогических средств и дидактических методов, активно внедряемые практикующими преподавателями ESP как в зарубежных, так и в российских вузах. Рассмотрим некоторые из них, которые применяются в обучении ESP студентов гуманитарных (рекламных) специальностей, в том числе в МГУ им. Н.П. Огарева:

1) Проекты. Данный подход предполагает активное вовлечение студентов в создание собственных проектов, связанных с их будущей профессией. В своих работах исследователь Д. Браун непосредственно описывает успешный опыт использования проектной методики в преподавании ESP для студентов рекламных специальностей [7]. Речь в данном случае идет о разработке коммуникативных заданий, подразумевающих разработку рекламных кампаний для вымышленных или реальных продуктов, создание текстов, видеороликов и других материалов на английском языке. Проектная методика позволяет интегрировать теорию с практикой, развивать навыки критического мышления, креативности и командной работы (Woodward, 2001). Следует отметить, что в Мордовском государственном университете данная методика также находит свое применение (в частности, студентами создаются рекламные презентации и ролики на английском языке, относящиеся к разнообразным продуктам и услугам; даются рекомендации, каким образом можно улучшить тот или иной рекламный продукт), однако ввиду временной продолжительности данного вида работы, а также необходимости большой вовлеченности в проект всех участников группы, ее применение зачастую затруднительно. К сложностям реализации проектной методики также стоит отнести высокие требования к организации, так как преподавателю нужно тщательно продумать структуру проекта, установить четкие сроки и критерии оценки.

2) Кейсовая методика. Использование кейсов из реальной жизни помогает студентам освоить специфическую лексику и научиться решать профессиональные задачи на английском языке. Например, можно использовать кейсы известных международных рекламных кампаний, таких как кампания "Think Different" от Apple или "Just Do It" от Nike. Студенты анализируют эти кейсы, обсуждают стратегии и подходы, а затем предлагают свои собственные

варианты решений. К преимуществам данной методики стоит отнести то, что кейсы основаны на реальных примерах из практики, что позволяет студентам увидеть, как теория применяется в жизни. Также каждый кейс является уникальным, зачастую требует индивидуального подхода, что способствует развитию гибкости мышления и способности быстро адаптироваться к новым условиям. Кроме того, последующее обсуждение кейса в группе позволяет учащимся развить и отточить навыки аргументации и коммуникации, что особенно важно для будущих специалистов в сфере рекламы. Однако исходя из практического опыта применения данной методики в МГТУ им. Н.П. Огарева, стоит отметить, что необходимость обеспечить актуальность и релевантность информации кейсов требует значительных усилий со стороны преподавателя, а кроме того, не всегда удается найти подходящий кейс, полностью соответствующий целям курса и уровню подготовки студентов.

3) Интерактивные технологии. Наконец, к числу популярных педагогических средств, часто упоминаемых практикующими преподавателями ESP, безусловно, стоит отнести современные интерактивные и цифровые технологии. Исследователь К. Смит в своей работе рассматривает применение интерактивных технологий в преподавании ESP, делится опытом использования цифровых инструментов для улучшения результатов обучения и отмечает их эффективность [13]. Говоря о сфере рекламы, стоит отметить, что современные цифровые платформы и инструменты, такие как Moodle, Google Classroom и специализированные приложения, помогают студентам изучать ESP в интерактивной форме. Например, платформа Quizlet позволяет создавать персонализированные наборы карточек с терминами и выражениями, связанными с рекламой и маркетингом, а также проходить тесты и викторины для закрепления материала. При этом, анализируя опыт применения цифровых технологий при обучении ESP в вузе, исследователь Н. С. Доценко отмечает, что быстрый рост цифровизации образования несет определенные сложности и вызовы. Она утверждает, что в настоящее время от практикующего преподавателя ESP требуется не только отличное владение предметной областью, но и уверенное владение цифровыми технологиями, в том числе и для улучшения мотивации учащихся [2]. Рассматривая опыт применения цифровых технологий в МГУ им. Н.П. Огарева, стоит отметить, что существующая в университете электронная интерактивная образовательная среда (ЭИОС), позволяет преподавателям размещать тесты и задания онлайн, с возможностью их автоматической проверки и выставления соответствующих баллов, что безусловно ускоряет процесс работы и позволяет учащимся моментально увидеть результаты своей работы и скорректировать ошибки. Из недостатков данной методики стоит отметить тот факт, что использование цифровых устройств может привести к тому, что отсутствие прямого общения с преподавателем и сокурсниками может снизить уровень мотивации и поддержки со стороны преподавателя.

Вышеперечисленные примеры и средства демонстрируют разнообразие подходов к преподаванию ESP для студентов рекламных специальностей, подчеркивая важность адаптации учебных программ к конкретным профессиональным целям и интеграции теории с практикой, а также в очередной раз отмечают важнейшую роль преподавателя ESP, напрямую являющегося важнейшей фигурой, от которой зависит успешная реализация целей обучения.

Обсуждение

В процессе преподавательской деятельности и в результате исследования, целью которого было выявление проблемных вопросов, препятствующих успешному овладению учебным материалом, были проанализированы программы и материалы, используемые в процессе обучения ESP. Среди наиболее часто упоминаемых возможностей улучшения результатов студентов и активизации образовательного процесса стоит отметить вопрос повышения мотивации студентов, а также правильный подбор методического материала.

Говоря о мотивации учащихся, стоит отметить, что данный фактор на наш взгляд является одним из ключевых для успешного освоения английского языка для специальных целей. Мотивация определяет степень вовлеченности учащегося в учебный процесс, влияет на качество усвоения материала и способствует достижению высоких результатов. Исследования показывают, что высокая мотивация может значительно повысить эффективность обучения ESP, поскольку она стимулирует студентов к активному участию в занятиях, самостоятельной работе и углубленному изучению предмета. Например, исследование К. Хайланда показало, что мотивированные студенты демонстрируют лучшие результаты в освоении специализированной лексики и терминологии, чем те, кто менее заинтересован в предмете. Автор подчеркивает, что преподаватели должны уделять особое внимание созданию условий, стимулирующих интерес и мотивацию у студентов, так как это напрямую связано с качеством обучения [9].

Кроме того, работа Dudley-Evans & St John (1998) акцентирует внимание на важности создания аутентичных ситуаций и задач, связанных с будущей профессиональной деятельностью студентов [8]. Это помогает им осознать реальную ценность изучаемого материала и повышает их внутреннюю мотивацию. Таким образом, мотивация играет ключевую роль в успешном освоении ESP, и ее развитие должно стать одной из приоритетных задач преподавателей.

Отечественный исследователь в данной области В. М. Перова своей работе отмечает важность применения активных методов обучения на занятиях (АМО), подчеркивает важность поиска новых форм учебного процесса, отличающихся от традиционных [5]. В этой связи стоит отметить, что при сохранении важности роли преподавателя, как ключевой фигуры образовательного процесса, его роль меняется, возрастает важность консультирования учащихся, обеспечения их не только учебными материалами, но и предоставление лингвистической и даже психологической поддержки.

Наше собственное исследование и анкетирование, проведенное среди студентов рекламных специальностей, подтверждает данные предыдущих работ о положительном влиянии мотивации на успехи в изучении ESP. Мы обнаружили, что студенты, проявляющие высокую мотивацию, быстрее осваивают специализированные рекламные термины и концепции, а также демонстрируют большую готовность участвовать в дискуссиях и презентациях на английском языке. Кроме того, мы установили, что внешняя мотивация, такая как перспектива карьерного роста или возможность стажировки за границей, часто сочетается с внутренней мотивацией, основанной на личном интересе к

предмету. Это сочетание внешних и внутренних стимулов создает синергический эффект, усиливающий общую мотивированность студентов и повышающий их академические достижения в области ESP.

Вторым значимым проблемным моментом при реализации курса ESP, который наиболее часто упоминается в нашем анкетировании, является подбор методического материала языкового курса.

Эффективная реализация курса ESP требует тщательного подбора методических материалов, соответствующих специфике выбранной специальности и уровню подготовки студентов. Качественные материалы помогают студентам освоить необходимые коммуникативные и профессиональные навыки в рамках конкретной профессиональной сферы. Важность правильно подобранных учебников, пособий и других материалов неоднократно подчеркивалась исследователями в области ESP. Авторы Hutchinson & Waters (1987) отмечают, что методические материалы должны соответствовать реальным потребностям студентов и отражать актуальные тенденции в соответствующей профессиональной сфере. Они утверждают, что выбор неподходящих или устаревших материалов может привести к снижению мотивации и ухудшению качества обучения [10]. Исследование, проведенное Б. Томлисоном показывает, что материалы, разработанные специально для определенной целевой аудитории, способствуют более глубокому пониманию предметной области и улучшают способность студентов применять полученные знания на практике. Авторы подчеркивают необходимость учета культурных особенностей и контекста, в котором будут использоваться эти материалы [15]. Проведенный нами опрос студентов показал, что они испытывают трудности с пониманием и использованием специальной лексики, связанной конкретной профессиональной областью знаний. Кроме того, многие студенты отметили недостаток практики в создании и презентации рекламных проектов на английском языке. Эти результаты подтверждают необходимость адаптации учебных программ к конкретным профессиональным целям студентов. Говоря непосредственно о преподавании ESP для студентов рекламных специальностей, исследователи Е. Е. Белова и Ю. В. Рябкова Ю. отмечают особую важность выбора аутентичных рекламных материалов с целью развития у слушателей так называемой «коммуникативной компетентности». По словам авторов, это — целый комплекс, включающий предметные знания, а также социальные, языковые и профессиональные компетенции, обеспечивающие успешную коммуникацию с представителями различных культурных сред. Этот спектр компетенций позволяет индивиду интегрировать специализированные знания с навыками межличностного взаимодействия, что способствует эффективному общению и взаимопониманию в условиях культурного разнообразия [1].

В ходе проведенного нами анкетирования, а также анализа различных подходов к подбору методических материалов для курсов ESP в российских вузах, было выявлено, что наибольший успех достигается при использовании комплексных учебно-методических комплексов, включающих как традиционные печатные издания, так и современные цифровые ресурсы. Такие комплексы обеспечивают гибкость в учебном процессе, позволяя адаптировать материал под индивидуальные потребности каждой группы студентов. Важно также учитывать междисциплинарный характер многих профессий, что требует интеграции материалов из смежных областей знаний. Этот подход позволяет студентам не только улучшить владение языком, но и глубже понять взаимосвязи между различными дисциплинами, что является необходимым условием для успешной профессиональной деятельности в современном мире.

Основными проблемами, выделенными в ходе исследования, являются:

1. Недостаток специализированных учебных материалов, соответствующих потребностям студентов рекламных специальностей.
2. Отсутствие четкой связи между теорией и практикой, что приводит к трудностям применения полученных знаний в реальной профессиональной деятельности (Robinson, 1991).
3. Недостаточно развитые навыки самостоятельной работы студентов, что снижает эффективность освоения материала.

На основе анализа результатов исследования были разработаны следующие рекомендации:

1. Существует необходимость в создании специализированных учебных пособий и материалов, учитывающих специфику рекламной отрасли.
2. Преподавание ESP нуждается в интеграции практических заданий и кейсов в учебный процесс, что позволит студентам применять полученные знания в реальных ситуациях.
3. Освоение профессионального английского требует внедрения элементов проектной работы, позволяющей студентам создавать и презентовать рекламные проекты на английском языке.
4. Ключевую роль в обучении английскому языку для профессиональных целей должно играть развитие навыков самостоятельной работы через использование онлайн-ресурсов и интерактивных платформ.

Заключение

Проведенное исследование продемонстрировало широкий спектр различных образовательных методик, применяемых как в зарубежных, так и в российских учебных заведениях, были отмечены преимущества и недостатки существующих подходов к преподаванию ESP. Кроме этого были выявлены возможные пути активизации образовательного процесса при работе со студентами рекламных специальностей, сделан вывод об особой важности мотивации в процессе обучения, а также значимой роли преподавателя ESP при разработке и подборе материалов курса и его возможной адаптации. Предложенные рекомендации позволяют улучшить образовательную деятельность и повысить уровень языковой компетенции студентов.

Перспективы дальнейшего исследования включают разработку новых учебных материалов и методов оценки уровня владения ESP, а также внедрение инновационных технологий в образовательный процесс. Результаты данного исследования могут быть полезными не только для преподавателей и студентов, но и для разработчиков образовательных стандартов и программ.

Практическая значимость исследования состоит в том, что его результаты могут быть использованы для совершенствования учебных программ по английскому языку для студентов рекламных специальностей, а также для повышения эффективности преподавания ESP в целом.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Белова Е.Е. К вопросу об обучении ESP работников рекламной сферы / Е.Е. Белова, Ю.В. Рябкова // Карельский научный журнал. — 2017. — Т. 6, № 3(20). — С. 7–10.
2. Доценко Н.С. О влиянии цифровых технологий на мотивацию студентов, изучающих английский язык для специальных целей / Н.С. Доценко // Мир науки, культуры, образования. — 2024. — № 1. — С. 266–268.
3. Казакова М.А. Аутентичные текстовые материалы в обучении иностранному языку / М.А. Казакова, А.А. Евтюгина // Вестник Бурятского государственного университета. Образование, личность, общество. — 2016. — Вып. 4. — С. 50–59.
4. Митрофанова О.Д. Методика преподавания русского языка как иностранного / О.Д. Митрофанова, В.Г. Костомаров [и др.]. — Москва: Русский язык, 1990. — 268 с.
5. Перова В.М. Развитие мотивации у студентов, изучающих иностранные языки в неязыковых вузах / В.М. Перова // Вопросы методики и преподавания в вузе. — 2017. — Том 6, № 21. — С. 49–56.
6. Поляков О.Г. Английский язык для специальных целей: теория и практика: учебное пособие / О.Г. Поляков. — 2-е изд., стереотип. — Москва: НВИ-ТЕЗАУРУС, 2003. — 188 с.
7. Brown J.D. Using Project-Based Learning to Teach ESP in Advertising / J.D. Brown // TESL Canada Journal. — 2014. — Vol. 31, № 2. — P. 69–85.
8. Dudley-Evans T. Developments in English for Specific Purposes: A multi-disciplinary approach / T. Dudley-Evans, M.J. St John. — Cambridge: Cambridge University Press, 1998. — P. 120–143.
9. Hyland K. English for Academic Purposes: An Advance Resource Book / K. Hyland. — New York: Routledge, 2006. — 359 p.
10. Hutchinson T. English for Specific Purposes: A learning-centred approach / T. Hutchinson, A. Waters. — Cambridge: Cambridge University Press, 1987. — P. 1–11.
11. Jordan R.R. English for Academic Purposes: A guide and resource book for teachers / R.R. Jordan. — Cambridge: Cambridge University Press, 1997. — 404 p.
12. Richards J.C. Approaches and methods in language teaching / J.C. Richards, T.S. Rodgers. — Cambridge: Cambridge University Press, 2001. — 171 p.
13. Smith K. Interactive Technologies in ESP: Enhancing Student Engagement and Learning Outcomes / K. Smith // ELT Journal. — 2016. — Vol. 70, № 4. — P. 383–393.
14. Strevens P. ESP after twenty years: A re-appraisal / P. Strevens // ESP: State of the art / ed. by M. Tickoo. — Singapore: SEAMEO Regional Language Centre, 1988. — P. 1–13.
15. Tomlinson B. Developing Materials for Language Teaching / B. Tomlinson (Ed.). — London: Bloomsbury Publishing, 2013. — 526 p.
16. Tribble C. Writing / C. Tribble. — Oxford: Oxford University Press, 2001. — 172 p.
17. Woodward T. Planning lessons and courses: Designing sequences of work for the language classroom / T. Woodward. — Cambridge: Cambridge University Press, 2001. — 40 p.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Belova E.E. K voprosu ob obuchenii ESP rabotnikov reklamnoj sfery [On Teaching ESP to Advertising Professionals] / E.E. Belova, Ju.V. Rjabkova // Karelskij nauchnyj zhurnal [Karelian Scientific Journal]. — 2017. — Vol. 6, № 3(20). — P. 7–10. [in Russian]
2. Docenko N.S. O vlijanii cifrovyyh tehnologij na motivaciju studentov, izuchajushhih anglijskij jazyk dlja special'nyh celej [On the Impact of Digital Technologies on Motivation of ESP Students] / N.S. Docenko // Mir nauki, kul'tury, obrazovanija [The world of science, culture, education]. — 2024. — № 1. — P. 266–268. [in Russian]
3. Kazakova M.A. Autentichnye tekstovye materialy v obuchenii inostrannomu jazyku [Authentic Text Materials in Foreign Language Teaching] / M.A. Kazakova, A.A. Evtjugina // Vestnik Burjatskogo gosudarstvennogo universiteta. Obrazovanie, lichnost', obshhestvo [Bulletin of Buryat State University. Education, personality, society]. — 2016. — Iss. 4. — P. 50–59. [in Russian]
4. Mitrofanova O.D. Metodika prepodavaniya russkogo jazyka kak inostrannogo [Methods of Teaching Russian as a Foreign Language] / O.D. Mitrofanova, V.G. Kostomarov [et al.]. — Moscow: Russian Language, 1990. — 268 p. [in Russian]
5. Perova V.M. Razvitie motivacii u studentov, izuchajushhih inostrannye jazyki v neязыkovykh vuzah [Developing Motivation Among Non-Linguistic University Students Learning Foreign Languages] / V.M. Perova // Voprosy metodiki i prepodavaniya v vuzе [Issues of methodology and teaching in higher education]. — 2017. — Vol. 6, № 21. — P. 49–56. [in Russian]

6. Poljakov O.G. Anglijskij jazyk dlja special'nyh celej: teorija i praktika [English for Specific Purposes: Theory and Practice] / O.G. Poljakov. — 2nd ed. — Moscow: NVI-TEZAVURUS, 2003. — 188 p. [in Russian]
7. Brown J.D. Using Project-Based Learning to Teach ESP in Advertising / J.D. Brown // TESL Canada Journal. — 2014. — Vol. 31, № 2. — P. 69–85.
8. Dudley-Evans T. Developments in English for Specific Purposes: A multi-disciplinary approach / T. Dudley-Evans, M.J. St John. — Cambridge: Cambridge University Press, 1998. — P. 120–143.
9. Hyland K. English for Academic Purposes: An Advance Resource Book / K. Hyland. — New York: Routledge, 2006. — 359 p.
10. Hutchinson T. English for Specific Purposes: A learning-centred approach / T. Hutchinson, A. Waters. — Cambridge: Cambridge University Press, 1987. — P. 1–11.
11. Jordan R.R. English for Academic Purposes: A guide and resource book for teachers / R.R. Jordan. — Cambridge: Cambridge University Press, 1997. — 404 p.
12. Richards J.C. Approaches and methods in language teaching / J.C. Richards, T.S. Rodgers. — Cambridge: Cambridge University Press, 2001. — 171 p.
13. Smith K. Interactive Technologies in ESP: Enhancing Student Engagement and Learning Outcomes / K. Smith // ELT Journal. — 2016. — Vol. 70, № 4. — P. 383–393.
14. Strevens P. ESP after twenty years: A re-appraisal / P. Strevens // ESP: State of the art / ed. by M. Tickoo. — Singapore: SEAMEO Regional Language Centre, 1988. — P. 1–13.
15. Tomlinson B. Developing Materials for Language Teaching / B. Tomlinson (Ed.). — London: Bloomsbury Publishing, 2013. — 526 p.
16. Tribble C. Writing / C. Tribble. — Oxford: Oxford University Press, 2001. — 172 p.
17. Woodward T. Planning lessons and courses: Designing sequences of work for the language classroom / T. Woodward. — Cambridge: Cambridge University Press, 2001. — 40 p.