

Správa o činnosti pedagogického klubu

1. Prioritná os	Vzdelávanie
2. Špecifický cieľ	1.2.1 Zvýšiť kvalitu odborného vzdelávania a prípravy reflektujúc potreby trhu práce
3. Prijímateľ	Obchodná akadémia Liptovský Mikuláš
4. Názov projektu	Zvýšenie kvality odborného vzdelávania a prípravy na Obchodnej akadémii Liptovský Mikuláš
5. Kód projektu ITMS2014+	312011AGY1
6. Názov pedagogického klubu	Cudzíe jazyky v odbornej praxi
7. Dátum stretnutia pedagogického klubu	11. 04. 2022
8. Miesto stretnutia pedagogického klubu	Obchodná akadémia Liptovský Mikuláš
9. Meno koordinátora pedagogického klubu	Mgr. Anna Dvorščáková
10. Odkaz na webové sídlo zverejnenej správy	www.oalm.edupage.org

11. Manažérske zhrnutie:

Členovia pedagogického klubu cudzích jazykov sa na svojom ďalšom zasadnutí venovali téme Obchodná korešpondencia v cudzom jazyku.

V úvode stretnutia si vyučujúce cudzích jazykov vymenili skúsenosti a zdieľali svoje osvedčené metódy výučby danej témy v rámci cudzieho jazyka ktorý vyučujú.

Na hodinách anglického jazyka sa témy obchodnej korešpondencie preberajú podrobnejšie, vrátane špecifickej odbornej terminológie; zatiaľ čo na hodinách 2. cudzieho jazyka sa vyučujúce zameriavajú skôr na základné písomné útvary nevyhnutné pre obchodný styk, napr. zásady písania formálnych listov, rozdiely medzi formálnou a neformálnou korešpondenciou, motivačný list, životopis a pod.

Po diskusii o rozsahu témy sa členky klubu venovali výmene skúseností s využívaním inovatívnych učebných metód a zdieľaniu osvedčených aktivít na osvojenie slovnej zásoby k danej téme. Zároveň poukázali na možnosti využitia IKT a využitia poznatkov, vedomostí a skúseností z ostatných odborných predmetov. Uviedli príklady upevňovania znalostí z gramatiky a gramatických javov k danej téme na hodinách anglického, nemeckého, francúzskeho a ruského jazyka.

Kľúčové slová:

cudzojazyčná korešpondencia, neverbálna komunikácia, obchodná korešpondencia, formálne listy, štýly obchodnej komunikácie, jazykové a predmetové kompetencie

12. Hlavné body, témy stretnutia, zhrnutie priebehu stretnutia:

Téma stretnutia: Obchodná korešpondencia v cudzom jazyku

- Hlavné body:
- Obsahová štruktúra témy
 - Metodika práce s témou, formy práce so žiakmi na hodinách cudzích jazykov
 - Možnosti využitia IKT v danej téme
 - Využitie medzipredmetových vzťahov

Zhrnutie priebehu stretnutia:

V úvode stretnutia členky klubu skonštatovali, že téma Obchodnej korešpondencie v cudzom jazyku je kľúčová z hľadiska úspešného pracovného uplatnenia žiakov Obchodnej akadémie v budúcom povolani. Vstupom Slovenska do EÚ nastalo prehĺbenie obchodných kontaktov medzi členskými krajinami v súvislosti s voľným pohybom osôb a tovaru v rámci Európskej únie.

Stále väčší počet absolventov pracuje v niektorom zo štátov Európskej únie, iní zas nájdu uplatnenie v medzinárodných firmách pôsobiacich na Slovensku. Pre úspešné uplatnenie na medzinárodnom trhu práce je preto dôležité aktívne ovládanie nielen ústnej aj písomnej komunikácie v cudzom jazyku.

Formálna obchodná korešpondencia býva často prvou vizitkou firmy a jej zamestnancov v rámci medzinárodného obchodného styku, kde nielen obsah, ale aj úprava, štylizácia a pravopisná stránka formálnej korešpondencie sa výrazne podieľa na vytváraní dobrého imidžu podniku a preto je potrebné venovať jej náležitú pozornosť na hodinách anglického, nemeckého, ruského i francúzskeho jazyka na našej škole a v rámci medzipredmetových vzťahov aj na hodinách odbornej jazykovej prípravy (JOD) a ADK.

Cieľom výučby cudzojazyčnej korešpondencie je, aby absolvent po vstupe do praxe disponoval dostatočnými jazykovými komunikatívnymi zručnosťami v cudzom i svojom jazyku na dostatočnej úrovni.

Obsahová štruktúra témy:

V rámci výučby základov obchodnej korešpondencie v cudzom jazyku kladieme dôraz najmä na: osvojenie si základnej obchodnej a ekonomickej terminológie, základov korešpondencie osvojenie noriem obchodnej korešpondencie v EÚ, štandardnú frazeológiu, gramatické štruktúry ako i poukázanie na rozdielnosť cudzojazyčnej korešpondencie od noriem slovenského jazyka, praktické precvičenie vybraných písomných foriem písomností typu: obchodný list, objednávka, reklamácia, ponuka, dopyt, upomienka, sťažnosť, motivačný list, životopis, záznam z obchodného stretnutia, obchodný e-mail, žiadosť atď.

V priebehu diskusie vyučujúce spoločne vymedzili o obsah a rozsah tematických okruhov témy, v rámci ktorých si žiaci osvoja potrebné teoretické vedomosti i praktické zručnosti pre efektívnu písomnú obchodnú komunikáciu.

Tematické okruhy:

- Obchodná korešpondencia – formálna a neformálna a rozdiely medzi nimi
- E-mailová obchodná komunikácia-Pozvanie, prijatie, dohodnutie stretnutia,
- Základná frazeológia a účelová slovná zásoba
- Náležitosti a špecifiká obchodných písomností- obchodné zmluvy, účtovné doklady, reklamácie, objednávky, faktúry
- Písanie oficiálnych listov, forma, štylistika, rozloženie obsahu, základné frázy, konvencie, normy
- Správa z obchodného stretnutia, prezentácie, služobnej cesty
- Motivačný list, profesijný životopis

V ďalšej časti spoločného stretnutia členovia klubu prediskutovali oblasti gramatiky, ktoré je v rámci predmetnej témy potrebné zopakovať a precvičovať, ako napríklad:

- gramatické časy
- štatistické a finančné údaje, číslovky – základné, radové, desatinné čísla, zlomky, percentá
- príslovky miesta, času, frekvenčné príslovky, skratky
- prídavné mená, ich stupňovanie, porovnávanie
- množné číslo podstatných a prídavných mien
- pravidlá a zásady používania interpunkčných znamienok, veľkých začiatkových písmen, skratiek atď.

- dátumy, časové údaje, hodiny, týždne, mesiace - termíny dodávok, stretnutí a pod.
- predložkové väzby – materiály, z ktorých sú produkty vyrobené,
- trpný rod
- podmienkové súvetia a zdvorilostné frázy
- modálne slovesá

Metodika práce

V druhej fáze stretnutia vyučujúce prediskutovali metódy a formy práce na hodinách cudzích jazykov ktoré vyučujú. Podľa výskumov z praxe si žiak najviac zapamätá, keď môže sám vyučovať ostatných (až 90 % učiva), nasledujú praktické cvičenia (70 %), ďalej diskusia v skupinách (50 %), demonštrácia (30 %), audiovizuálne metódy (20 %), čítanie (10 %) a najmenej efektívne sa ukazujú byť prednášky alebo výklad (5 %). Z týchto poznatkov sa členovia klubu snažia vychádzať pri rozhodovaní o zvolených formách a metódach výučby.

K osvedčeným metódam a formám, ktoré vyučujúce pri vyučovaní či už anglického, nemeckého, ruského a francúzskeho jazyka využívajú patria napríklad :

- prezentácie, role –plays, situačné úlohy, čítanie s porozumením, skupinová práca
- opis vyrábaných produktov alebo poskytovaných služieb
- príprava reklamného letáka, inzerátu na ponúkaný tovar, službu
- správa o ekonomických výsledkoch podniku,
- účtovné doklady, príjmy, výdaje, náklady, zisk, grafy, tabuľky a ostatných štatistických údajov úlohy zamerané na čitateľskú gramotnosť,
- reakcia na ponuku, inzerát, reklamu
- e-mailová komunikácia – plán pracovnej cesty, písomná rezervácia letenky, ubytovania ,
- napísanie správy z pracovnej cesty, obchodného jednanja, pracovnej porady,
- napísanie sťažnosti, reklamácie na dodaný tovar, poskytnutú službu, - motivačný list, životopis do zamestnania na konkrétnu pracovnú pozíciu

Vyučovacia hodina môže prebiehať aj v nasledujúcich etapách:

I. Prezentácia-Úvod do témy -písanie konkrétneho typu obchodnej písomnosti (napr.obchodného listu, reklamácie atď):

- diskusia o dôvodoch napísania takéhoto listu;(individuálna práca)
- prezentácia štýlov písania
- diskusia, spätná väzba- odpovede na otázky o obsahu konkrétnych ukážok(práca v skupinkách)

II. Analýza (pochopenie učiva) ukážok, vzorov a metód tvorby písanie listov a písomností:

- identifikácia charakteristických črt obsahu každej navrhovanej verzie obchodného listu;
- analýza štruktúry obchodných listov
- štúdium použitých lexikálnych a gramatických
- zostavenie, vyhľadávanie a doplnenie zoznamu možných lexikálnych a gramatických prostriedkov potrebných na písanie listu-brainstorming, tímová aktivita
- diskusia o možných zmenách (úpravách) určitých častí obchodného listu, ktorých cieľom je zlepšenie obsahu aj štýlu-práca vo dvojiciach, skupinkách

III. Produkcia-individuálna, prípadne skupinová a projektová práca študentov:

- premýšľanie o obsahu obchodného listu pri riešení komunikačnej úlohy(čítanie s porozumením, brainstorming)
- zostavenie osnovy -písania obchodného listu (štruktúry)
- výber potrebných lexikálnych jednotiek, frázovitých spojení, gramatických konštrukcií;
- napísanie konceptu obchodného listu(individuálna práca)
- kontrola a oprava obsahu, formy, štýlu konceptu (práca vo dvojiciach)
- príprava finálnej verzie obchodného listu-čistopisu

S použitím nasledovných organizačných foriem vyučovania:

1. Frontálne vyučovanie – ako doplnok k individuálnej forme vyučovania.
2. Individualizované vyučovanie – Dáva veľký priestor žiakovi na kritické myslenie, samostatné učenie sa a prácu.

3. Projektové vyučovanie – riešenie úloh vychádzajúcich z praktických potrieb a praxe s využitím medzipredmetových vzťahov.
4. Diferencované vyučovanie
5. Skupinová práca a práca vo dvojiciach –
6. Otvorené vyučovanie – týždenný plán; voľná práca v blokoch; vytváranie siete kontaktov s mimoškolským prostredím (rodičia, obec, občianske združenia, firmy, zamestnanci školy atď.)

V závere zasadnutia členky klubu poukázali na úzke prepojenie tejto témy so všetkými odbornými predmetmi, ktoré žiaci študujú v študijnom odbore ako majú možnosť prakticky si overiť v rámci praktickej firemnej prípravy. Okrem poznatkov z odborných predmetov žiaci využívajú IKT, základy strojopisu a ADK, ekonomických a účtovných pojmov a poznatky s Jazykovej odbornej prípravy. Taktiež výučba tém Obchodnej korešpondencie flexibilne prebieha v učebniach IKT, ADK a jazykových učebniach s využívaním výpočtovej techniky, výučbových aplikácií, programov, rôznych výučbových platforiem a internetu.

13. Závěry a odporúčania:

Pretože každá krajina má svoje špecifiká, je dôležité zoznámiť sa s jednotlivými formami obchodnej komunikácie podľa špecifických noriem daného jazyka. Vyučujúce sa zhodli v názore že v snahe uspieť na európskom trhu práce je nevyhnutné ovládanie rôznych spôsobov komunikácie, o čom svedčia aj skúsenosti absolventov, pre ktorých je výučba cudzojazyčnej korešpondencie dobrým základom ich profesijnej komunikácie.

Praktické vedomosti písania Obchodnej korešpondencie v cudzom jazyku a znalosť odbornej terminológie sú pre žiakov a Obchodnej akadémie nevyhnutné z hľadiska ich profesijného zamerania a študijného odboru, ktorému sa venujú.

V rámci duálneho systému vzdelávania žiaci už počas štvorročného štúdia vykonávajú odbornú prax v podnikoch spoločnostiach s medzinárodnou účasťou, v ktorých komunikácia v cudzom jazyku sa považuje za bežný štandard a znalosť cudzieho jazyka, zvyčajne angličtiny je podmienkou prijatia do zamestnania. Vzhľadom na uvedenú skutočnosť možno skonštatovať, že téma je potrebné jej venovať značnú pozornosť s cieľom uplatnenia žiakov na medzinárodnom trhu práce.

12. Vypracoval (meno, priezvisko)	Ing. Tatiana Zubajová
13. Dátum	11. 04. 2022
14. Podpis	
15. Schválil (meno, priezvisko)	Mgr. Anna Dvorščáková
16. Dátum	11. 04. 2022
17. Podpis	