

ԵՐԵՎԱՆԻ ՊԵՏԱԿԱՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆ
YEREVAN STATE UNIVERSITY



FOREIGN LANGUAGES FOR SPECIAL PURPOSES

№ 5 (14)

YEREVAN STATE UNIVERSITY PRESS
YEREVAN 2017

ՕՏԱՐ ԼԵԶՈՒՆԵՐԸ
ՄԱՍՆԱԳԻՏԱԿԱՆ
ՆՊԱՏԱԿՆԵՐԻ ՀԱՄԱՐ

№ 5 (14)

ԵՐԵՎԱՆԻ ՊԵՏԱԿԱՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆԻ
ՀՐԱՏԱՐԱԿՉՈՒԹՅՈՒՆ
ԵՐԵՎԱՆ 2017

**Recommended by the Scientific Council of the Department
of Romance and Germanic Philology, Yerevan State University,
Republic of Armenia**

- Editor-in-Chief:** **Margarita Apresyan**
Head of ESP Chair N 1, PhD in Linguistics, professor, YSU, RA
- Honourable members of the editorial board:** **Dora Sakayan**
Doctor of Philology, professor, McGill University, Canada
- Svetlana Ter-Minasova**
Doctor of Philology, professor of Moscow State University,
Dean of the Faculty of Foreign Languages,
- Hans Sauer**
Doctor of Philology, Institute of English Philology, Munich
University, Germany
- Charles Hall**
PhD, associate professor of Applied Linguistics, University of
Memphis, USA
- Editorial board:** **Samvel Abrahamyan**
Dean of the Department of Romance and Germanic Philology,
PhD in History, associate professor, YSU, RA
- Jura Gabrielyan**
Doctor of Philology, professor
Head of German Philology Chair, YSU, RA
- Karo Karapetyan**
PhD in Pedagogics, professor, YSU, RA
- Albert Makaryan**
Doctor of Philology, professor, YSU, RA
- Yelena Mkhitarian**
Head of German Languages Chair, PhD, professor, ASPU, RA,
- Hasmik Bagdasaryan**
Head of Romance Philology Chair, PhD, associate professor

Foreign Languages for Special Purposes, Yerevan, Yerevan State University Press, 2017, p. 134.

FLSP international journal, published once a year, is a collection of scientific articles presented by FLSP practitioners inside and out Armenia targeting at professional experience exchange and concurrent development of FLSP methodologies.

Letters and articles for publishing should be sent to the editor-in-chief

E-mail: english@ysu.am, margaret.apresyan@mail.ru

© Apresyan, M. and others, 2017

© YSU press, 2017

**Հրատարակության և երաշխավորել
ԵՊՀ ռոմանագերմանական բանասիրության ֆակուլտետի
գիտական խորհուրդը**

Գլխավոր խմբագիր՝

Մարգարիտա Ապրեսյան

ԵՊՀ անգլերեն լեզվի թիվ 1 ամբիոնի վարիչ, բան.
գիտ. թեկն., պրոֆեսոր

**Խմբագրական
խորհրդի**

Դորա Մաքսյան

բան. գիտ. դոկտ., պրոֆեսոր

պատվավոր անդամներ՝

Մթգիլ համալսարան, Մոնրեալ, Կանադա

Սվետլանա Տեր-Մինասովա

Բան. գիտ. դոկտ.,

Մոսկվայի պետական համալսարանի պրոֆեսոր,

Օտար լեզուների ֆակուլտետի դեկան,

Հանս Մաուեր

Բան. գիտ. դոկտ., պրոֆեսոր

Անգլիական բանասիրության ինստիտուտ, Մյունխենի
համալսարան

Չարլզ Հոուլ

բ.գ.թ., կրտսեր պրոֆեսոր, Մեմֆիսի համալսարան, ԱՄՆ

Խմբագրակազմ՝

Մամվել Աբրահամյան

ԵՊՀ ռոմանագերմանական բանասիրության ֆակուլտետի
դեկան, պատմ. գիտ. թեկն., դոցենտ

Յուրա Գաբրիելյան

ԵՊՀ գերմանական բանասիրության ամբիոնի վարիչ,

բ.գ.դ., պրոֆեսոր

Կարո Կարապետյան

մանկ. գիտ. թեկն., պրոֆեսոր

Ալբերտ Սակարյան

բ.գ.դ., պրոֆեսոր, ԵՊՀ

Ելենա Մխիթարյան

ՀՊՄՀ գերմանական լեզուների ամբիոնի վարիչ,

բան. գիտ. թեկն., պրոֆեսոր

Հասմիկ Բաղդասարյան

Ռոմանական բանասիրության ամբիոնի վարիչ, բ.գ.թ., դոցենտ

Օտար լեզուները մասնագիտական նպատակների համար, Եր., ԵՊՀ հրատ., 2017, 134 էջ:

Գիտական հոդվածների միջազգային ամսագիրը նպատակ ունի հավաքելու և ներկայաց-
նելու Հայաստանի և Հայաստանից դուրս «Օտար լեզուները մասնագիտական նպատակ-
ների համար» (FLSP) ոլորտի մասնագետների կողմից մշակած ժամանակակից մեթոդ-
ները փորձի փոխանակման և դրանց հետագա զարգացման նպատակով:

© Ապրեսյան Մ. և ուրիշ., 2017

© ԵՊՀ հրատ., 2017

ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ CONTENTS

Այվազյան Ա.

ԼԵԶՎԱՈՃԱԿԱՆ ՀՆԱՐՔՆԵՐԻ ԴԵՐԸ ԻՐԱՎՈՒՆՔԻ
ԼԵԶՎՈՒՄ 8

Ապրեսյան Մ., Վանոյան Լ.

ԳԻՏԱԿԱՆ ՏԵՔՍՏԻ ԺԱՆՐԱՅԻՆ ՏԱՐԲԵՐԱԿՄԱՆ
ՍԿԶԲՈՒՆՔՆԵՐԸ..... 21

Բաղդասարյան Հ.

ԼԵԶՎԱԿԱՆ ԸՆԴՀԱՆՐՈՒՅԹՆԵՐԻ ԵՎ ԹԱՐԳՄԱՆՈՒԹՅԱՆ
ՓՈԽԱՌՆՉՈՒԹՅԱՆ ՈՐՈՇ ԽՆԴԻՐՆԵՐԻ ՇՈՒՐՋ 35

Բեքարյան Ն.

ԳԵՂԱՐՎԵՍՏԱԿԱՆ ՏԵՔՍՏԻ ՎԵՐԼՈՒԾԱԿԱՆ
ԸՆԹԵՐՑԱՆՈՒԹՅԱՆ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՄԱՆ ՍԿԶԲՈՒՆՔՆԵՐԸ ԵՎ
ՌԱԶՄԱՎԱՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐՆ ԱՆԳԼԵՐԵՆԻ ՄԱՍՆԱԳԻՏԱԿԱՆ
ԴԱՍԸՆԹԱՅՈՒՄ 44

Aghajanyan N.

CONCEPTUAL METAPHORS IN THEORY AND PRACTICE IN
TEACHING ESP TO FUTURE PSYCHOLOGISTS 56

Beschikjan T.

GRAMMATIK IM FREMDSPRACHENUNTERRICHT 63

Karapetyan R.

THE DYNAMIC (FUNCTIONAL)-EQUIVALENCE THEORY OF
TRANSLATION AND CHOMSKY'S GENERATIVE GRAMMAR..... 72

Ter-Sargsyan L. PRINCIPLES OF LANGUAGE ECONOMY IN E-DISOURSE.....	78
Ter-Sargsyan L., Grigoryan H. CASE STUDY AS AN EFFECTIVE METHOD IN TEACHING ENGLISH AS A FOREIGN LANGUAGE FOR STUDENTS OF ECONOMICS AND BUSINESS	86
BOŽENA DŽUGANOVÁ SOME ASPECTS OF MEDICAL ENGLISH TERMINOLOGY	93
Zhang Luping and Liu Lu A STUDY ON THE ENGLISH TRANSLATION OF MARRIAGE LAW FROM THE PERSPECTIVE COMPARATIVE LAW	111

Ter-Sargsyan L.
Armenian State University of Economics
Grigoryan H.
Yerevan State University

CASE STUDY AS AN EFFECTIVE METHOD IN TEACHING ENGLISH AS A FOREIGN LANGUAGE FOR STUDENTS OF ECONOMICS AND BUSINESS

ABSTRACT

The paper discusses the use of case study method in teaching a foreign language to the majors in economics. Case study is an innovative method which develops students' critical and analytical thinking. The study of diverse business scenarios extends students an opportunity to learn general business practices, and to develop their skills for voicing their opinions, expressing their ideas and sharing them in discussion. In this respect, case study method contributes to the development of both receptive and productive skills of a foreign language.

Key words: *case study method, case studies based on economic situations, the advantages of case study method, developing foreign language skills through case study method*

РЕЗЮМЕ

МЕТОД ТЕМАТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ПРИ ОБУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОМУ КАК ИНОСТРАННОМУ СТУДЕНТОВ- ЭКОНОМИСТОВ

В статье рассматривается использование технологии тематического исследования (case-study) при обучении английскому языку студентов-экономистов. Данный метод, являясь инновационным, позволяет внести разнообразие в проведение уроков и способствует развитию как критического, так и аналитического мышления студентов. Наряду с этим, изучение ситуаций, отражающих разные виды профессиональной деятельности, способствует развитию соответственного лексического запаса студентов-экономистов, а также выработке умений по представлению презентаций и, соответственно, свободному выражению своих мнений и т.д. Таким образом,

метод тематического исследования способствует развитию как рецептивных, так и продуктивных навыков при обучении иностранному языку.

Ключевые слова: метод тематического исследования, изучение ситуаций экономического характера, преимущества метода тематического исследования, развитие навыков иностранной речи посредством метода тематического исследования (case-study)

ԱՄՓՈՓՈՒՄ

ՄԱՍՆԱԳԻՏԱԿԱՆ ԻՐԱԴՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ

ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՈՒԹՅԱՆ ՄԵԹՈՂԸ ՏՆՏԵՍԱԳԵՏ

ՈՒՍԱՆՈՂՆԵՐԻՆ ԱՆԳԼԵՐԵՆԻ ԴԱՍԱՎԱՆԴՄԱՆ

ԳՈՐԾԸՆԹԱՅՈՒՄ

Հոդվածում ներկայացվում է մասնագիտական իրադրությունների ուսումնասիրման մեթոդի կիրառումը տնտեսագետ ուսանողներին անգլերենի դասավանդման գործընթացում: Մասնագիտական իրադրությունների վերլուծությունը խթանում է ուսանողների ստեղծագործական և վերլուծական մտածողությունը: Բացի այդ, մասնագիտական գործունեության տարբեր իրավիճակների և իրադրությունների ուսումնասիրությունը նպաստում է տնտեսագետ ուսանողների մասնագիտական բառապաշարի հարստացմանը, ինչպես նաև օտար լեզվով մտքերի արտահայտմանը ու բանավոր խոսքի զարգացմանը: Մասնագիտական իրադրությունների ուսումնասիրման մեթոդը զարգացնում է օտար լեզվի ընկալման և վերարտադրման հմտությունները:

Բանալի բառեր՝ մասնագիտական իրադրությունների ուսումնասիրման մեթոդ, տնտեսական բնույթի իրադրությունների վերլուծություն, մասնագիտական իրադրությունների ուսումնասիրման մեթոդի առավելությունները, մասնագիտական իրադրությունների ուսումնասիրման մեթոդի միջոցով օտար լեզվի հմտությունների զարգացում

Case-study method is an innovative and productive technique which implies the study of a certain real-life situation, taking place in the professional environment, and posing some problems that students should find solutions to.

Researchers classify case study methods into different types which are widely used in foreign language teaching process: case-study-method, case-problem-method, case-incident-method and stated-problem-method.

Let us analyze each of these methods:

1. Case-Study-Method is a case without any mentioned problem, which, besides describing a certain case, provides a great amount of information relevant to it. The discussion of this type of case aims at analyzing the problem and providing a solution to it.
2. Case-Problem-Method is a case with a posed problem which simultaneously provides a case and problems related to it. In this case, its goal is developing, finding and discussing various solutions to it.
3. Case-Incident-Method is a case with exercises which is described incompletely and aims at finding and recovering the necessary information for the problem solution.
4. Stated-Problem-Method is a case with a solved problem which provides ready made solutions. Here students are assigned a task of learning the structure of decision making process, assessing the solutions and discussing the most adequate ones (Парамонова et al., 2009).

It follows that case study method can be productively used in the classroom to meet diverse teaching aims. Being one of the interactive methods of foreign language teaching, case study method has proved to be extremely effective and popular among students of economics who perceive it as a chance to feel free and independent in various professional situations to demonstrate their professional knowledge and skills in English.

Silverman claims the following two factors to be important in case study teaching because the teacher has less control over the lesson with case discussion than in other forms of teaching.

Clarify objectives:

- What do you want the students to learn from the discussion of the case?
- What do they know already that applies to the case?
- What are the issues (central and peripheral) that may be raised in discussion?
- Can the case "carry" the discussion?

Plan and prepare:

- how the case and discussion will be introduced
- preparation expected of students (written, submitted, papers)

- the opening question(s)
- how much time is needed for the issues to be discussed
- concepts to be applied and/or extracted in discussion
- concluding the discussion
- evaluating the discussion (students', your own)
- evaluating the participants (grades for participation) (Silverman, 1997)

The teacher's role is supervising and controlling the whole process, managing the time, posing questions, assessing answers, supporting the ongoing discussion and so on. Within the framework of case study method, the students can be assessed according to the skills regarding their critical and analytical thinking, decision making, communication and writing skills.

What refers to students, it should be mentioned that case study requires their active involvement in the process. Christensen points out that students' involvement develops on at least three distinct levels. On the first level, students explore a problem by sorting out relevant facts, developing logical conclusions, and presenting them to fellow students and the teacher. The students discuss someone else's problem. Their role is that of the commentator-observer in a traditional academic sense. At the second level, students can be assigned roles in the case and take on perspectives that require them to argue for specific actions from a character's point of view, given their interests and knowledge. Finally, on the third level, students will take the initiative to become fully involved, so that topics are no longer treated as abstract ideas, but become central to the student's sense of self - of what they would choose to do in a specific real world situation (Christensen, 1987: 35).

Case study method is pervasively used for foreign language teaching to students majoring in many spheres including medicine, information technologies, engineering, law, etc. It proves to be especially popular with students of business domain. However, my experience of teaching students majoring in economics shows that case study method proves to be more effective with advanced learners rather than with intermediate or pre-intermediate learners enhancing their receptive and productive skills. For example, cases described in *Market Leader*, a five-level English course for students of business, address variety of topics ranging from business communication, international marketing, building relationships, job satisfaction, business risk to e-commerce, team building, raising finance, etc. The discussion of all these topics encourages students to learn more about the key issues relevant to business.

Each unit introduces the learners to topical business issues and builds the required professional language and communication skills, which students practice through discussions, debates, and role plays.

For example, one of the units in the course book features a case study related to a company wanting to go global. The learners first build their professional vocabulary through specially-designed activities and exercises then produce the target vocabulary in the discussion with their peers. Afterwards, the teacher introduces the students to a case study about Zumo, a product manufactured by Zumospa, a food and drinks company based in Spain. In its recent financial period, Zumo contributed 30 million Euros to Zumospa's annual sales revenue, accounting for 20% of the company's total turnover. It is, in fact, Zumospa's cash cow, generating more revenue than any other of its products. At present, Zumo is sold only in Europe. However, the sports drink market is the most rapidly growing segment of the world beverage market. Thus, Zumospa is now looking outside Spain for markets and would like to make Zumo a global brand.

This information is followed by a listening excerpt from a radio programme discussing Zumospa's plans to globalize. Students can accordingly start and develop the discussion of the scenario based on these two types of input.

Afterwards, students learn about the main marketing strategies of the company according to which Zumo is distributed mainly through grocery stores, convenience stores, supermarkets, and sports clubs. Additionally, sales are generated through contracts with professional leagues, such as football, golf and tennis associations. Press, TV and radio advertising is backed up by endorsement contracts with famous European footballers and tennis stars. Zumo is offered in four flavors and is priced in the medium range. Zumospa needs to reposition it for the global market. Initial research suggests that Zumo is perceived as a Spanish drink, and its close identification with Spain may not be suitable when developing a global brand. Zumospa would like to launch a global campaign focusing first on South America, Mexico, the Southern states of the US and Japan, where they have regional offices.

Accordingly, students are given a task to brainstorm ideas for Zumospa's global marketing strategy. During the brainstorming session, they come up with many interesting ideas and suggestions, such as re-naming the drink, stretching the brand by introducing new Zumo varieties for different market segments (for example, diet Zumo), redesigning the bottle of the drink, creating a new slogan,

reconsidering the price of the drink, the ways of competing with other famous brands, sponsoring world championships, etc. (Cotton et al., 2009)

As we can see, the task encourages the learners to analyze information relevant to their professional domain, express their ideas, debate a variety of solutions and, finally, reach an optimal conclusion. Moreover, this method increases the range of their professional language encouraging them to apply the target language to the context.

Case studies can also include writing tasks instructing the students to write a letter, a report, an agenda, etc. For example, in the aforementioned case study, the task is given to write an e-mail on behalf of the company's marketing manager to the directors of the company advising them on the key ideas which came out of the brainstorming session. During this task, my students, for instance, analyzed and summarized the presented information, reporting it in proper standards of business writing style.

From the above-discussed we can state that case study is an effective teaching method, the advantages of which are as follows:

- The use of case studies introduces creativity into the classroom.
- Case studies are an effective tool for developing students' extensive reading skills in this way enabling them to employ the studied material based on the professional knowledge and adapt to real or imaginary professional situations.
- Students develop their communication skills through listening to others, evaluating their opinions and expressing their own views.
- Students learn to analyze information related to their professional sphere and make quick and effective decisions.
- Students are encouraged to think in a foreign language in the context of making presentations, expressing ideas, giving impromptu speeches, debating, thus enhancing their speaking skills.
- Students build team-working and brainstorming skills when looking for the most appropriate solution to the given problem.
- Students improve their writing skills as they learn to compose various types of business letters, reports, agendas etc.
- Case studies promote the learning of professional language and encourage the learners to apply it to real-life situations.

To conclude, case study method proves to be productive in English language teaching process, as it not only tends to enhance students' language

skills, but also develops their critical and analytical thinking. Such activities as providing and presenting information, participating in meetings, speaking publicly, negotiating with clients, composing business letters are considered to be an inseparable part of professional competence in the field of business. Case study method really addresses these skills and contributes to their development and improvement.

REFERENCES

1. **Cotton, D. et al.** (2009), *Market Leader*, Pearson.
2. **Christensen, C.** (1987), *Roland Teaching and the Case Method*. Harvard Business School Press.
3. **Silverman, W.** (1997), *An Introduction to Cases*. Pace University Center for Case Studies, Retrieved from <http://fbc.unimelb.edu.au/data/assets/pdf/file/0020/722315/CTResourcePack.pdf> on 16.05.2017.
4. **Парамонова Т.Н., Блинов А.О., Шереметьева Е.Н., Погодина Г.В.** (2009), *Маркетинг: активные методы обучения*. М.: КНОРУС.