

ОТЗЫВ

**официального оппонента доктора педагогических наук,
доцента Андрея Александровича Колесникова
на диссертацию Артёмовой Юлии Владимировны
«Обучение студентов говорению в сфере маркетинговой коммуникации
на основе применения технологий искусственного интеллекта
(английский язык, неязыковой вуз)»,
представленную на соискание учёной степени кандидата педагогических
наук по специальности 5.8.2. Теория и методика обучения и воспитания
(иностранные языки, высшее образование, профессиональное обучение)
в диссертационный совет ПДС 0500.004 при ФГАОУ ВО «Российский
университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

Актуальность темы исследования

Тема представленной Ю.В.Артёмовой диссертации является актуальной в свете, во-первых, возрастания удельного веса устной межкультурной деловой коммуникации, а во-вторых, методического потенциала новых обучающих цифровых инструментов на базе ИИ. Автор убедительно обосновывает значимость исследования, увязывая на несколько существенных для современной системы языкового образования тенденций: растущие требования к уровню иноязычной коммуникативной компетенции выпускников неязыковых вузов, специфику устного профессионального дискурса в сфере маркетинга и необходимость интеграции новейших цифровых технологий, в частности искусственного интеллекта (ИИ), в образовательный процесс. Выявленные в ходе исследования противоречия между потенциальными возможностями ИИ-платформ и отсутствием методик их эффективного применения для заявленных целей обучения иностранному языку отражают существующую проблему в лингводидактике. Фокус на конкретной платформе Twee, выбранной за её образовательную направленность и функционал, делает исследование не абстрактным, а практико-ориентированным и своевременным.

Общая характеристика исследования

Диссертационное исследование Ю.В. Артёмовой является завершённой, логически выстроенной научно-квалификационной работой. Цель, задачи,

объект, предмет и гипотеза сформулированы чётко и коррелируют между собой. Методологическая база работы является комплексной и основывается на современных подходах (личностно-ориентированном, деятельностном, профессионально-ориентированном и др.). Для достижения цели использован адекватный набор теоретических и эмпирических методов, включая экспериментальное обучение, что свидетельствует о достаточной проработке темы. Работа выполнена в рамках специальности 5.8.2. «Теория и методика обучения и воспитания (иностранные языки)», её содержание полностью соответствует паспорту специальности.

Характеристика структуры работы

Структура диссертации традиционна и отражает логику научного исследования.

Введение содержит все необходимые элементы: обоснование актуальности, формулировку проблемы, цели, задач, гипотезы, методов, а также положений, выносимых на защиту.

Первая глава представляет собой глубокий теоретический анализ. В ней рассмотрена эволюция дидактических подходов к обучению говорению, специфика маркетинговой коммуникации как профессионального дискурса и проведён сравнительный анализ потенциала различных ИИ-платформ (в частности, Tweek) в образовательном контексте. Эта глава служит теоретическим фундаментом для последующего методического моделирования.

Вторая глава посвящена непосредственной разработке авторской методики. В ней обоснованы принципы отбора содержания, цели обучения и представлена система упражнений на платформе Tweek, направленная на развитие как диалогической, так и монологической речи в маркетинговом контексте. Предложенная модель обучения, включающая этапы целеполагания, презентации материала, тренировки, контроля и рефлексии, выглядит методически грамотной, полной и завершённой.

Третья глава описывает организацию и результаты экспериментальной проверки эффективности разработанной методики. Результаты эксперимента, включающего контрольные и экспериментальные группы, были обработаны с использованием методов математической статистики. Наглядное представление результатов (таблицы, рисунки) и их детальный анализ убедительно доказывают положительную динамику в экспериментальных группах. Разработка и применение коэффициента индивидуального участия (КИУ) для повышения достоверности результатов являются сильной стороной экспериментальной части.

Научная новизна и теоретическая значимость работы

Научная новизна исследования заключается в следующем:

- Впервые систематизированы дидактические подходы к обучению говорению с учётом требований именно маркетингового дискурса.
- Выявлена и научно описана жанрово-дискурсивная специфика профессиональной коммуникации в сфере англоязычного маркетинга с учётом задач обучения.
- Разработан и теоретически обоснован методический подход к интеграции возможностей конкретной ИИ-платформы (Twee) в процесс обучения профессионально-ориентированному говорению.

Теоретическая значимость работы состоит в дополнении теории и методики обучения иноязычному говорению студентов неязыковых вузов. Исследование вносит вклад в развитие цифровой лингводидактики, уточняя принципы использования ИИ не как вспомогательного инструмента, а как ключевого элемента методической системы, трансформирующего роли преподавателя и студента. Работа расширяет теоретические представления о формировании иноязычной речевой компетенции в профессиональной сфере.

Оценка значимости научного вклада Ю.В. Артёмовой в развитие методической мысли

К наиболее значительным достижениям соискателя следует отнести:

1. *Конкретизацию и операционализацию обучения профессиональному дискурсу.* Работа переводит абстрактные требования ФГОС и профстандартов в конкретную, работающую методику, фокусирующуюся на жанрах маркетинговой коммуникации.

2. *Методическое обоснование выбора и применения узкоспециализированных ИИ-платформ.* В отличие от многих работ, посвященных ИИ в целом, данное исследование предлагает детальный анализ и практическое применение конкретного инструмента (Twee), доказывая его преимущества для решения специфических методических задач.

3. *Экспериментально подтверждённую модель* перехода от традиционного обучения к гибридному, где ИИ становится неотъемлемым элементом, обеспечивающим персонализацию, вариативность и оперативную обратную связь.

Вклад автора в рационализацию учебного материала и практическая значимость исследования

Особенно высоко нами оценивается *практическая значимость* исследования. Автором не просто предложена теоретическая модель, но и создан конкретный, готовый к применению методический продукт:

- Разработан и апробирован комплекс упражнений и заданий на платформе Twee, сгруппированный в тематические блоки, что позволяет легко интегрировать его в существующие учебные курсы.

- Составлены подробные методические рекомендации для преподавателей по внедрению ИИ-технологий в учебный процесс.

- Предложенная методика и материалы могут быть использованы в обучении не только маркетологов, но и менеджеров, специалистов по PR и медиакоммуникациям.

- Введение КИУ представляет практический интерес для системы оценивания в рамках балльно-рейтинговой системы.

Поддерживая проведённое исследование, позволим себе задать автору ряд уточняющих вопросов, возникших при чтении диссертации, а также высказать ряд замечаний.

1. Содержание параграфа 1.2 нуждается в конкретизации: прошу автора уточнить параметры оценки устноречевых высказываний, определить набор обязательных и факультативных умений, а также дифференцировать уровни их сформированности применительно к отобранным жанрам маркетинговой коммуникации, которые необходимо было бы исследовать на предмет эффективности их моделирования и развития необходимых устноречевых умений посредством используемого ресурса «Twee».

2. Параграф 2.1 назван «Принципы отбора содержания обучения студентов говорению в сфере маркетинговой коммуникации на основе платформы Twee», однако, автор скорее обосновывает отбор содержания, чем принципы.

3. Полагаем, что содержание таблицы 6 на стр. 64 «Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения с указанием подходов при обучении ИЯ» выходит за рамки предмета исследования. Почему автор не уточнил отбор компетенций именно в области говорения, соотнеся их с отобранными жанрами?

4. Не совсем логичным выглядит, что подходы к обучению говорению обсуждались в 1.1, устные жанры маркетинговой коммуникации выделены в 1.2, а особенности устной речи рассматриваются только в 2.1.

5. Важным для нас остаётся вопрос о соотношении между заявленной в п. 2.1 типологией устных высказываний (например, выступление с презентацией, переговоры, интервью) и реализованными в эксперименте формами работы (ролевые игры, дискуссии), включая анализ прогресса в развитии умений по каждому из заявленных жанров. Хотелось бы услышать подробный комментарий автора.

Надеемся, изложенные нами замечания будут способствовать более чёткому представлению автора о перспективах исследования. В целом же

представленная диссертация заслуживает высокой оценки. Тема диссертации раскрыта, исследование является самостоятельным и завершённым, обладает научной новизной, имеет теоретическую и практическую значимость. Изложенное позволяет утверждать, что диссертация Артёмовой Юлии Владимировны «Обучение студентов говорению в сфере маркетинговой коммуникации на основе применения технологий искусственного интеллекта (английский язык, неязыковой вуз)», представленная на соискание ученой степени кандидата педагогических наук по научной специальности 5.8.2. Теория и методика обучения и воспитания (иностранные языки, высшее образование, профессиональное обучение), в полной мере соответствует требованиям, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата педагогических наук, согласно п. 2.2 раздела II Положения о присуждении ученых степеней в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы», утвержденного Ученым советом РУДН протокол № УС-1 от 22.01.2024 г., а её автор, Артёмова Юлия Владимировна, заслуживает присуждения ей учёной степени кандидата педагогических наук по научной специальности 5.8.2. Теория и методика обучения и воспитания (иностранные языки, высшее образование, профессиональное обучение).

Официальный оппонент



Колесников Андрей Александрович,

доктор педагогических наук (13.00.02 – теория и

методика обучения и воспитания (иностранные языки)),

доцент, профессор кафедры германистики и лингводидактики,

Институт иностранных языков,

Московский городской педагогический университет

«29» сентября 2025

Сведения об оппоненте:

Колесников Андрей Александрович

Место работы: Государственное автономное образовательное учреждение высшего образования города Москвы «Московский городской педагогический университет»

Адрес: 129226, г. Москва, 2-й Сельскохозяйственный проезд, д. 4, корп. 1

Должность: профессор кафедры германистики и лингводидактики, Институт иностранных языков

Контактная информация: тел. +7 (499) 181-65-52, +7 (499) 181-24-62, email: kolesnikov@mgpu.ru

Подпись А.А. Колесникова заверяю



Отзыв доктора педагогических наук, доцента *Колесникова Андрея Александровича*
на диссертацию *Артёмовой Юлии Владимировны*
«ОБУЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ ГОВОРЕНИЮ
В СФЕРЕ МАРКЕТИНГОВОЙ КОММУНИКАЦИИ НА ОСНОВЕ ПРИМЕНЕНИЯ
ТЕХНОЛОГИЙ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА
(АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК, НЕЯЗЫКОВОЙ ВУЗ)»