KHAI THÁC CASE STUDY TRONG GIÁO TRÌNH MARKET LEADER PRE-INTERMEDIATE: ĐỀ XUẤT QUY TRÌNH TỔ CHỨC HOẠT ĐỘNG GIAO TIẾP CHO SINH VIÊN CHUYÊN NGÀNH KẾ TOÁN

Đinh Thị Thùy Linh*, Nguyễn Thị Liên*, Hoàng Thị Tuyết**
***Trường Đại học Hoa Lư**
****Trường PTTHSP Tràng An**
Email: dttlinh@hluv.edu.vn

Tóm tắt. *Bài viết xem xét 12 Case Study trong Market Leader Pre-Intermediate và cách tổ chức các tình huống này trong giờ tiếng Anh cho sinh viên Kế toán. Mỗi case được phân tích theo tình huống, nhiệm vụ, chức năng giao tiếp, sản phẩm đầu ra và cách điều chỉnh. Từ những điểm chung, bài viết đề xuất quy trình năm bước: chuẩn bị ngôn ngữ; vận dụng kiến thức chuyên ngành để phân tích tình huống; thảo luận và ra quyết định; trình bày và bảo vệ quyết định; phản hồi và mở rộng ngôn ngữ. Quy trình giữ lại dữ liệu kinh doanh có ích cho lập luận và hỗ trợ ngôn ngữ ở những điểm cần thiết. Đây là đề xuất từ phân tích giáo trình và tài liệu liên quan, chưa được kiểm chứng thực nghiệm.*

Từ khóa: *Case Study; Market Leader Pre-Intermediate; sinh viên chuyên ngành Kế toán; hoạt động giao tiếp; Task-Based Language Teaching; Business English.*

EXPLOITING CASE STUDIES IN MARKET LEADER PRE-INTERMEDIATE: A PROPOSED PROCEDURE FOR ORGANIZING COMMUNICATIVE ACTIVITIES FOR ACCOUNTING-MAJOR STUDENTS

Abstract. *This paper examines 12 Case Studies in Market Leader Pre-Intermediate and their use in English classes for accounting-major students. Each case is analyzed in terms of situation, task, communicative functions, output, and classroom adaptation. A five-stage procedure is proposed: language preparation; use of disciplinary knowledge for case analysis; discussion and decision-making; presentation and defence; and feedback and language extension. The procedure retains useful business information while providing necessary language support. It is based on textbook analysis and relevant literature and has not yet been empirically tested.*

Keywords: *Case Study; Market Leader Pre-Intermediate; accounting-major students; communicative activities; task-based language teaching; Business English.*

Nhận bài: 22/07/2026 *Phản biện: 22/08/2026* *Duyệt đăng: 25/08/2026*

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Đối với sinh viên Kế toán, học tiếng Anh không chỉ là tích lũy từ vựng hay củng cố ngữ pháp. Trong môi trường nghề nghiệp, các em còn phải giải thích lựa chọn, trao đổi phương án, trình bày thông tin và cùng nhóm ra quyết định. Trên lớp, sinh viên (SV) có thể làm đúng bài tập ngôn ngữ nhưng vẫn lúng túng khi phải phản hồi trực tiếp và bảo vệ ý kiến bằng tiếng Anh.

Nếu SV chỉ chuẩn bị một đoạn rồi lần lượt trình bày, hoạt động nói chưa tạo nhiều tương tác. Trong trao đổi thực tế, người nói phải nghe, hỏi lại, đồng ý hoặc phản đối, đưa lý do và điều chỉnh quan điểm. Vì vậy, nhiệm vụ giao tiếp cần tạo lý do để SV thực sự trao đổi với nhau.

Case Study trong Market Leader Pre-Intermediate phù hợp với yêu cầu này vì mỗi tình huống buộc người học xử lý thông tin và đi đến một kết quả cụ thể như chọn ứng viên, thương lượng, cân nhắc đầu tư hay đề xuất giải pháp. Nhiều case còn nối với email, report, proposal hoặc summary, nhờ đó hoạt động nói gắn với một nhiệm vụ có mục đích.

Tuy nhiên, đưa nguyên Case Study trong sách vào lớp chưa chắc tạo được trao đổi bằng tiếng Anh. Với sinh viên Kế toán, một số nội dung về chi phí, doanh thu, đầu tư hay rủi ro khá quen thuộc; khó khăn thường nằm ở lượng thông tin, từ vựng và cách diễn đạt lập luận. Hỗ trợ quá ít dễ khiến SV chuyển sang tiếng Việt, còn hỗ trợ quá nhiều lại biến thảo luận thành đọc kịch bản.

Các nghiên cứu trước cho thấy thiết kế nhiệm vụ, hỗ trợ ngôn ngữ và cách tổ chức tương tác có vai trò quan trọng (Huynh & Nguyen, 2023; Jiang, 2024; Xie, 2020). Phan (2023) cũng cho thấy vấn đề gắn với chuyên môn có thể tạo cơ hội cho SV làm việc nhóm và sử dụng tiếng Anh. Đây là cơ sở tham khảo cho việc tổ chức hoạt động, không phải bằng chứng trực tiếp về hiệu quả của quy trình trong bài viết.

Bài viết tập trung trả lời câu hỏi: các Case Study trong Market Leader Pre-Intermediate nên được tổ chức như thế nào để sinh viên Kế toán có cơ hội sử dụng tiếng Anh khi phân tích và ra quyết định? Điểm đóng góp nằm ở việc xem xét hệ thống 12 tình huống theo nhiệm vụ, chức năng giao tiếp, sản phẩm đầu ra và mức hỗ trợ cần thiết, từ đó đề xuất quy trình năm bước cho giờ học. Do chưa có dữ liệu lớp học, bài viết không kết luận về mức độ cải thiện năng lực giao tiếp.

II. NỘI DUNG

2.1. Cơ sở lý luận và nghiên cứu liên quan

Trong Business English, Case Study đặt người học trước một vấn đề cần xử lý: đọc thông tin, xác định vấn đề, trao đổi phương án và đi đến quyết định. Almagro Esteban và Pérez Cañado (2004) xem Case Method là cách kết hợp nội dung nghề nghiệp với ngôn ngữ và tương tác. Xie (2020) cũng ghi nhận khó khăn của người học về từ vựng, kiến thức nền và phân tích case. Vì vậy, phần chuẩn bị cần đủ để SV tham gia nhưng không cung cấp sẵn nội dung sẽ nói.

Case Study cũng gần với Task-Based Language Teaching (TBLT) vì nhiệm vụ hướng tới một kết quả cụ thể như chọn ứng viên, đạt thỏa thuận hoặc lập kế hoạch. Huynh và Nguyen (2023) nhấn mạnh vai trò của thiết kế và triển khai nhiệm vụ. Trong Case Study, tiếng Anh vì thế là phương tiện để nhóm trao đổi và hoàn thành nhiệm vụ.

2.1.1. Case Study, nhiệm vụ giao tiếp và tư duy phản biện

Case Study còn yêu cầu người học lọc thông tin, so sánh và giải thích lựa chọn. Jiang (2024) cho thấy nhiệm vụ trong giáo trình Business English có thể chuyển từ hiểu sang phân tích và đánh giá. Với SV Kế toán, tiến trình hợp lý là hiểu tình huống → xác định vấn đề → so sánh phương án → quyết định → bảo vệ quyết định, thay vì yêu cầu tìm ngay "giải pháp tốt nhất" khi người học còn vướng ở bối cảnh và từ vựng.

Phan (2023) cho thấy vấn đề chuyên môn có thể trở thành nội dung để SV cùng giải quyết bằng tiếng Anh. Với SV Kế toán, kiến thức về doanh nghiệp, chi phí, doanh thu, đầu tư hay rủi ro có thể tạo căn cứ cho lập luận. Vì vậy, không cần đơn giản hóa mọi nội dung kinh doanh; cần xác định phần người học đã có nền tảng và phần cần hỗ trợ ngôn ngữ.

2.1.2. Tính thực tiễn và định hướng khai thác cho SV Kế toán

Vo (2022) cho thấy nhiệm vụ mô phỏng nơi làm việc có thể tạo điều kiện cho tương tác trong Business English. Với SV Kế toán, các tiêu chí như chi phí, doanh thu, rủi ro, nguồn lực và tính khả thi giúp quyết định trong case gần hơn với tư duy chuyên ngành. Tuy nhiên, kiến thức Kế toán chỉ làm nền cho nội dung trao đổi; mục tiêu của giờ học vẫn là sử dụng tiếng Anh.

Vì vậy, khi điều chỉnh Case Study, giảng viên nên giữ vấn đề và yêu cầu ra quyết định, đồng thời hỗ trợ ở những điểm SV thực sự cần như từ vựng, mẫu diễn đạt, tiêu chí phân tích hoặc cách phân vai. Cách làm này tận dụng nội dung kinh doanh của giáo trình thay vì thay thế bằng những tình huống quá đơn giản.

2.2. Phân tích các Case Study trong Market Leader Pre-Intermediate

Market Leader Pre-Intermediate (Cotton et al., 2007) bố trí một Case Study ở mỗi unit. Các tình huống trải từ tuyển dụng, thương lượng, đầu tư, sản phẩm và marketing đến lập kế hoạch, quản lý con người, xung đột và kinh doanh mới. Mức độ gần với Kế toán khác nhau, nhưng nhiều case đều yêu cầu cân nhắc nguồn lực, chi phí, lợi ích, rủi ro hoặc hiệu quả trước khi quyết định.

Các case đều hướng tới một quyết định hoặc sản phẩm cụ thể nhưng đòi hỏi những hành động giao tiếp khác nhau: so sánh, lựa chọn, thương lượng, xử lý bất đồng, lập kế hoạch hoặc thuyết phục. Vì vậy, phần Useful Language cần được chọn theo chức năng giao tiếp của từng case thay vì dùng một mẫu chung.

Nhiều Case Study nối với email, proposal, report hoặc summary. Giảng viên có thể giao phần đọc và chuẩn bị từ khóa trước giờ học, dành thời gian trên lớp cho trao đổi và bảo vệ quyết định, rồi hoàn thiện sản phẩm viết sau giờ học. Cách này ưu tiên thời gian trực tiếp cho phần cần tương tác.

Dữ liệu về chi phí, đầu tư, doanh thu, lao động hoặc thị trường nên được giữ khi chúng giúp SV lập luận. Chỉ nên lược những chi tiết quá nặng hoặc không phục vụ quyết định. Bảng tiêu chí, từ khóa và một số mẫu diễn đạt thường hữu ích hơn việc đơn giản hóa toàn bộ case.

Bảng 1. Phân tích 12 Case Study trong Market Leader Pre-Intermediate

Case Study	Tình huống/ vấn đề	Nhiệm vụ chính	Chức năng giao tiếp	Sản phẩm đầu ra	Điều chỉnh cho SV ngành Kế toán
Fast-Track Inc. – Unit 1 Careers	Tuyển Sales Manager khi doanh số thấp, nhân viên thiếu động lực.	Phân tích ứng viên và chọn người phù hợp.	Nêu ý kiến; so sánh; đánh giá; phản biện; đưa lý do.	Quyết định tuyển dụng + email.	Giữ tiêu chí thành tích, kinh nghiệm, lương; dùng bảng tiêu chí và mẫu câu bảo vệ lựa chọn.
Lifetime Holidays – Unit 2 Selling online	Công ty du lịch truyền thống cân nhắc hợp tác với doanh nghiệp trực tuyến.	Chuẩn bị lập trường và thương lượng liên doanh.	Đề xuất; hỏi điều kiện; nhượng bộ; chấp nhận/từ chối.	Thỏa thuận + bản tóm tắt.	Giữ điều kiện hợp tác; phân vai hai bên và hỗ trợ mẫu câu thương lượng.
Valentino Chocolates – Unit 3 Companies	Doanh nghiệp mở rộng nhưng lợi nhuận giảm, cần lựa chọn đầu tư.	So sánh lựa chọn và lập kế hoạch đầu tư.	Đề xuất; so sánh; ưu tiên; dự đoán; bảo vệ lựa chọn.	Investment plan + proposal.	Giữ dữ liệu đầu tư/lợi nhuận; dùng bảng cost–benefit–risk.
Fabtek – Unit 4 Great ideas	Doanh nghiệp có vật liệu mới và cần ý tưởng sản phẩm.	Đề xuất, phân tích và chọn sản phẩm triển vọng.	Brainstorming; mô tả; đề xuất; đánh giá; thuyết phục.	Danh sách sản phẩm + báo cáo.	Dùng tiêu chí usefulness, cost, market potential, originality; hỗ trợ pitching.
Genova Vending Machines – Unit 5 Stress	Sau tái cấu trúc, nhân viên gặp nhiều vấn đề tại nơi làm việc.	Xác định vấn đề nghiêm trọng và lập action plan.	Nêu vấn đề; giải thích nguyên nhân; đề xuất; ưu tiên.	Action plan + recommendations.	Liên hệ stress với năng suất/chi phí; dùng bảng problem–impact–solution.
Organising a conference – Unit 6 Entertaining	Doanh nghiệp chuẩn bị hội nghị quốc tế và phải chọn địa điểm.	So sánh địa điểm và thống nhất lựa chọn.	So sánh; nêu ưu/nhược điểm; đề xuất; phản biện.	Quyết định + email mời.	Giữ cost, access, facilities; yêu cầu giải thích lựa chọn theo ngân sách.
Kristal Water – Unit 7 Marketing	Sản phẩm nước đóng chai tung ra không thành công.	Đánh giá 4Ps và đề xuất cải thiện doanh số.	Đánh giá; giải thích nguyên nhân; đề xuất; dự đoán.	Marketing recommendations + sales letter.	Liên hệ 4Ps với doanh số, chi phí và hiệu quả; mỗi SV phụ trách một yếu tố.
The Voice of Business – Unit 8 Planning	Tổ chức chuẩn bị chương trình phát thanh về kinh doanh.	Chọn nội dung, thứ tự, người dẫn/ khách mời.	Lập kế hoạch; đề xuất; ưu tiên; thương lượng; phân công.	Programme plan + thư giới thiệu.	Lập kế hoạch trong giới hạn nguồn lực/ngân sách; hỗ trợ ngôn ngữ phân công.

The way we do things – Unit 9 Managing people	Hai nhóm nhân viên bán hàng sau sáp nhập có cách làm việc, trả lương và quan hệ khách hàng khác nhau.	Đại diện hai nhóm họp, so sánh cách làm việc và thống nhất biện pháp nâng hiệu quả đội bán hàng.	So sánh; giải thích; đồng ý/ phản đối; đề xuất; đạt đồng thuận.	Khuyến nghị cho đội bán hàng + report.	Giữ lương /commission và hiệu quả bán hàng; thương lượng khuyến nghị.
European Campers – Unit 10 Conflict	Một nhân viên bán hàng giỏi nhưng có nhiều hành vi gây vấn đề; quản lý cần xử lý xung đột và giữ hiệu quả kinh doanh.	Chuẩn bị phương án xử lý, sau đó thương lượng để đạt giải pháp phù hợp.	Nêu vấn đề; làm dịu căng thẳng; đề xuất giải pháp; thương lượng; chốt thỏa thuận.	Giải pháp xử lý + memo/ email nội bộ.	Dùng problem–impact–cost/benefit–solution; hỗ trợ ngôn ngữ xử lý bất đồng.
Marcia Lee Jeans – Unit 11 New business	Doanh nghiệp jeans của Mỹ dự định xây nhà máy mới ở nước ngoài và phải chọn địa điểm.	So sánh bốn quốc gia, cân nhắc kinh tế, hạ tầng, lao động và rủi ro để chọn địa điểm.	So sánh; cân nhắc ưu/nhược điểm; đánh giá rủi ro; đề xuất; bảo vệ lựa chọn.	Quyết định địa điểm + thư giới thiệu/đề xuất.	Giữ chỉ báo kinh tế, lao động, rủi ro; cân nhắc chi phí và tính khả thi.
Minerva A.G. – Unit 12 Products	Chuỗi cửa hàng muốn bổ sung sản phẩm sáng tạo dựa trên khảo sát mức độ hài lòng của khách hàng.	Nghe/đọc giới thiệu sản phẩm, đặt câu hỏi và chọn sản phẩm phù hợp nhất cho cửa hàng.	Mô tả; hỏi thông tin; đánh giá; so sánh; thuyết phục; lựa chọn.	Lựa chọn sản phẩm + short report.	Đánh giá usefulness–price–originality –customer fit; hỏi thêm về giá và thị trường.

Xét mức độ gần với Kế toán - kinh doanh, có thể chia các case thành ba nhóm để thuận tiện khi chuẩn bị bài. Valentino Chocolates, Kristal Water, The way we do things, Marcia Lee Jeans và Minerva A.G. liên hệ khá trực tiếp với đầu tư, doanh số, trả lương, chỉ báo kinh tế, giá và thị trường. Fast-Track Inc., Lifetime Holidays, Genova Vending Machines, Organising a conference và European Campers nghiêng nhiều hơn về nhân sự, thương lượng, tổ chức và xử lý vấn đề. Fabtek và The Voice of Business liên hệ gián tiếp hơn nhưng vẫn phù hợp để luyện đề xuất, đánh giá và lập kế hoạch. Đây chỉ là cách phân nhóm phục vụ tổ chức dạy học.

2.3. Quy trình 5 bước tổ chức Case Study cho SV chuyên ngành Kế toán

Đối chiếu các Case Study cho thấy chủ đề khác nhau nhưng quá trình xử lý nhiệm vụ có nhiều điểm chung: chuẩn bị ngôn ngữ, hiểu tình huống, cân nhắc phương án, trao đổi để quyết định, trình bày và nhận phản hồi. Trình tự này phù hợp với định hướng nhiệm vụ của TBLT và yêu cầu phân tích - đánh giá trong Case Study (Huynh & Nguyen, 2023; Jiang, 2024; Xie, 2020). Từ đó, bài viết đề xuất năm bước dưới đây như một khung tổ chức giờ học.

2.3.1. Bước 1 – Chuẩn bị ngôn ngữ

Bước 1 chuẩn bị phần ngôn ngữ cần để SV bắt đầu trao đổi, không dạy trước tất cả từ mới. Với Fast-Track Inc., trọng tâm là ngôn ngữ đánh giá, so sánh và giải thích lựa chọn; với Lifetime Holidays là đề xuất, đặt điều kiện, chấp nhận, từ chối và nhượng bộ. Hỗ trợ nên vừa đủ để SV có điểm tựa nhưng vẫn phải tự hình thành phát ngôn.

Kiến thức Kế toán - kinh doanh chỉ được giải thích ở bước này khi một khái niệm cản trở việc

hiểu yêu cầu. Việc dùng kiến thức chuyên ngành để đọc dữ liệu và cân nhắc phương án được dành cho bước 2, giúp phần chuẩn bị ngôn ngữ gọn hơn.

2.3.2. Bước 2 – Vận dụng kiến thức chuyên ngành và phân tích tình huống

Ở bước 2, SV tập trung hiểu tình huống và đọc thông tin bằng kiến thức chuyên ngành. Bốn câu hỏi có thể dùng cho nhiều case là: Who are we? What has happened? What is the main problem? What do we have to decide? Sau đó nhóm chọn tiêu chí phù hợp như cost, benefit, risk, profitability, resources hoặc feasibility. Bước 1 giúp SV có ngôn ngữ để nói; bước 2 giúp các em có nội dung và căn cứ để nói.

Nên dành 2-3 phút chuẩn bị cá nhân trước khi làm việc nhóm để mỗi SV đánh dấu dữ liệu quan trọng và ghi ý kiến ban đầu. Cách này hỗ trợ người học có tốc độ xử lý khác nhau và hạn chế việc một thành viên quyết định thay cả nhóm.

2.3.3. Bước 3 – Thảo luận và ra quyết định

Thảo luận là phần trung tâm nhưng cũng dễ xuất hiện chênh lệch tham gia. Chỉ yêu cầu "Discuss" thường chưa đủ. Nhóm bốn người có thể phân vai chairperson, information checker, idea contributor và reporter, rồi đổi vai ở case sau. Hoặc mỗi người phụ trách một ứng viên, địa điểm hay yếu tố của 4Ps để có trách nhiệm rõ trong trao đổi.

Nhóm chỉ chốt phương án sau khi mỗi thành viên đã đưa ra ít nhất một ý kiến kèm lý do. Giảng viên quan sát, hỏi gợi mở khi cần và ghi lại lỗi để phản hồi sau. Những lỗi không cản trở hiểu không nên sửa liên tục giữa lúc thảo luận vì dễ làm mất mạch tương tác.

2.3.4. Bước 4 – Trình bày và bảo vệ quyết định

Case Study không nên kết thúc ở câu "We choose candidate B". Nhóm cần giải thích vì sao phương án đó phù hợp hơn và trả lời câu hỏi phản biện như Why didn't you choose candidate A? hoặc What is the biggest risk? Nhờ đó, SV phải nghe và phản hồi chứ không chỉ đọc phần đã chuẩn bị.

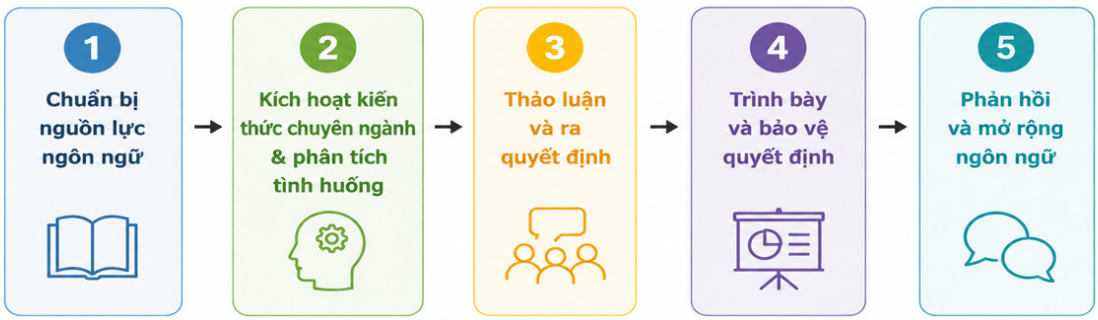
Với lớp đông, có thể ghép hai nhóm báo cáo cho nhau, dùng gallery decision hoặc chọn ngẫu nhiên một thành viên trình bày. Cách này tiết kiệm thời gian và hạn chế việc nhóm luôn giao phần nói cho SV giỏi nhất.

2.3.5. Bước 5 – Phản hồi và mở rộng ngôn ngữ

Phản hồi sau nhiệm vụ nên tập trung vào chất lượng quyết định, mức độ tương tác và ngôn ngữ. Giảng viên có thể chọn một vài câu đã nghe để lớp cùng sửa và mở rộng, chẳng hạn từ "I don't agree your idea" sang "I don't agree with your idea", rồi đến cách phản biện mềm hơn như "I see your point, but I think…". Phản hồi như vậy gắn trực tiếp với ngôn ngữ sinh viên vừa sử dụng.

Bước 5 cũng nối nói với viết: quyết định của nhóm có thể phát triển thành email, proposal, action plan hoặc summary. Ngôn ngữ được chuẩn bị, sử dụng trong trao đổi, phản hồi và tiếp tục xuất hiện trong sản phẩm viết, tạo sự liên tục giữa các hoạt động.

Hình 1. Quy trình 5 bước khai thác Case Study cho sinh viên chuyên ngành Kế toán



2.4. Thảo luận và hàm ý sư phạm

Phân tích các Case Study cho thấy tiến trình từ hiểu đến phân tích và đánh giá mà Jiang (2024) đề cập khá rõ trong Market Leader Pre-Intermediate. Với SV Kế toán, dữ liệu kinh doanh không chỉ làm nhiệm vụ khó hơn; khi vừa sức và liên quan đến kiến thức đã học, chúng còn tạo căn cứ để so sánh và bảo vệ lựa chọn. Điểm này gần với gợi ý của Phan (2023) về việc đặt giao tiếp tiếng Anh trong vấn đề chuyên môn.

Kết quả phân tích cũng phù hợp với định hướng mô phỏng nơi làm việc của Vo (2022). Chi phí, lợi ích, doanh thu, rủi ro hay tính khả thi là những yếu tố giúp quyết định trong case có cơ sở. Vì vậy, chỉ nên lược dữ liệu khi chúng gây quá tải hoặc không phục vụ mục tiêu giao tiếp. Đây là

hàm ý từ phân tích giáo trình, chưa phải kết luận về tác động học tập.

Những khó khăn mà Xie (2020) ghi nhận về từ vựng, hiểu tình huống và phân tích case cũng cho thấy yêu cầu "Discuss" là chưa đủ. SV cần biết mục tiêu thảo luận, tiêu chí ra quyết định và trách nhiệm của từng thành viên. Phân vai, chia thông tin và hỗ trợ ngôn ngữ theo chức năng là những cách dễ áp dụng, nhưng mức độ tác động vẫn cần được kiểm tra bằng dữ liệu lớp học.

Về thời gian, phần đọc case và chuẩn bị từ khóa có thể giao trước; trên lớp ưu tiên phân tích, thảo luận và bảo vệ quyết định; phần viết hoàn thiện sau giờ học. Nếu đánh giá, rubric ngắn có thể gồm hoàn thành nhiệm vụ, lập luận, tương tác và sử dụng ngôn ngữ. Đây là gợi ý triển khai, chưa phải bộ tiêu chí đã được kiểm định.

III. KẾT LUẬN

Case Study trong Market Leader Pre-Intermediate tạo điểm nối giữa tiếng Anh và những quyết định kinh doanh SV Kế toán có thể hiểu và thảo luận. Qua 12 tình huống, người học phải lựa chọn, thương lượng, lập kế hoạch hoặc bảo vệ phương án, qua đó có cơ hội sử dụng kiến thức nền và tiếng Anh trong nhiệm vụ có mục đích. Tuy nhiên, phân tích giáo trình chưa cho phép kết luận về mức tăng năng lực giao tiếp.

Từ đặc điểm chung của các case, bài viết đề xuất năm bước: chuẩn bị ngôn ngữ; vận dụng kiến thức chuyên ngành và phân tích tình huống; thảo luận và ra quyết định; trình bày và bảo vệ quyết định; phản hồi và mở rộng ngôn ngữ. Khi áp dụng, nên giữ những dữ liệu kinh doanh có ích cho lập luận và tập trung hỗ trợ vào ngôn ngữ, cách xử lý nhiệm vụ và tổ chức tương tác.

Bài viết mới dừng ở bình diện lý luận và phân tích giáo trình, vì vậy quy trình năm bước nên được xem là gợi ý tổ chức dạy học. Nghiên cứu tiếp theo có thể triển khai trong lớp, kết hợp quan sát, ghi âm thảo luận, rubric kỹ năng nói và phản hồi của SV để xác định tính phù hợp, khả thi và những điều chỉnh cần thiết.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Almagro Esteban, A., & Pérez Cañado, M. L. (2004), Making the case method work in teaching Business English: A case study. English for Specific Purposes, 23(2), 137–161. https://doi.org/10.1016/S0889-4906(03)00016-4.

Cotton, D., Falvey, D., & Kent, S. (2007), Market leader: Pre-intermediate business English course book (2nd ed.). Pearson Education.

Huynh, T. S., & Nguyen, V. L. (2023), Review of the effects of task-based language teaching on EFL learners' speaking performance: What remains to be researched? CTU Journal of Innovation and Sustainable Development, 15(3), 23–33. https://doi.org/10.22144/ctujoisd.2023.048.

Jiang, Y. (2024), Effect of sequential tasks in the case studies of business English textbooks on fostering critical thinking based on cognitive load theory. Learning and Motivation, 87, 102027. https://doi.org/10.1016/j.lmot.2024.102027.

Phan, T. N. L. (2023), Investigation into the effectiveness of using problem-based learning in teaching communication skills in English to engineering students. Interdisciplinary Journal of Problem-Based Learning, 17(1). https://doi.org/10.14434/ijpbl.v17i1.33869.

Vo, T. H. L. (2022), Online simulated workplace tasks to enhance business English learning. Journal of Asian Business and Economic Studies, 29(3), 205–221. https://doi.org/10.1108/JABES-06-2020-0058.

Xie, Q. (2020), Using case study approach in business English courses for China's English major undergraduates. The Asia-Pacific Education Researcher, 29(2), 123–135. https://doi.org/10.1007/s40299-019-00458-0.