

**УДК 811: 373.61:81`272**

*Данилова Е.А., Ибадлаева Е.Р.*

## **ИНТЕРАКТИВНЫЕ МЕТОДЫ ПРИ ОБУЧЕНИИ КУРСА BUSINESS COMMUNICATION**

Открытые границы, прогресс в науке и технике, коренная перестройка международных политических и экономических отношений стали своего рода мощнейшим толчком для развития международной бизнес коммуникации и выделение последней в самостоятельную дисциплину по всему миру, люди, говорящие на разных языках и представляющие разные культурные группы сосуществуют и сотрудничают во взаимосвязанной глобальной коммуникационной сети. И именно здесь языковая компетентность представляет собой огромный интерес для исследования, потому, что международные бизнес отношения строятся на различных языках, но английский стал универсальным «связующим» языком, основой для международной бизнес коммуникации; и по всему миру, люди изучают английский язык. Чтобы стать частью этой уникальной коммуникационной сетью известно, что процентное соотношение людей говорящих на английском, но не считающих его родным языком, является 2 к 1, а из 100% людей владеющих английским, 75% выучили его в качестве второго языка [1, 374-378].

Легко понять и то, что языковая компетентность коммуниканта непосредственно влияет на его возможность и умение контактировать и взаимодействовать с собеседниками и то, что человек с низким языковым потенциалом (в данном случае, имеется в виду, человек, плохо владеющий) способен предложить меньше идей, чем тот, кто свободно говорит на английском, или тот для кого английский является родным языком.

Вот почему так необходимы знания, умения и навыки ведения делового общения, которые студенту могут приобрести, прослушав курс «BUSINESS COMMUNICATION».

Значимость курса определяется его целями и задачами, то есть научить студентов общаться, успешно сотрудничать, поскольку 70-85% любой работы – это общение; общение осуществляемое посредством письма, чтения, разговора, восприятия информации при ее прослушивании и т.д. Так же курс делового общения обращает внимание студентов на то, как важно уметь правильно вести устную и письменную коммуникацию, решать вопросы, критически их осмысливая. После прослушивания курса, студент должен уметь:

1. описывать составляющие компоненты коммуникационного процесса и находить возможные барьеры, препятствующие общению;

2. планировать и осуществлять устную презентацию, предварительно определив ее цель, аудиторию, на которую она рассчитана, ее длительность и способ осуществления;

3. объяснять каким образом культурные различия могут влиять на взаимопонимание;

4. объяснять роль современных технологий для виртуальных команд (групп людей);

5. знать преимущество виртуальных команд в процессе коммуникации;

6. знать способы принятия решений;

7. объяснять механизмы принятия решений;

8. описать и использовать сотрудничество при помощи сети Интернет;

9. составлять необходимую деловую документацию;

10. знать правила поведения при приеме на работу;

11. знать способы подготовки для прохождения интервью при приеме на работу;

12. владеть деловой этикой;

понимать значение глобальных бизнес вопросов и этики.

При этом интерактивное обучение является базовым принципом построения курса. Посещение Веб-сайтов включено как самостоятельная работа студентов для определения промежуточного уровня полученных знаний.

Главное внимание данного курса уделяется основным принципам и стратегии деловой коммуникации связанными с новыми направлениями: телекоммуникации, видеоконференции и т.д., поскольку значимость компьютерной сети заключается в том, что ее можно использовать для выполнения любых работ связанных с созданием, модификацией, получением и распределением информации, что в свою очередь, является ничем иным, как самым оптимальным, быстрым и надежным способом ведения коммуникации.

Для проведения занятий по курсу 'Business Communication', в 2002 году было издано учебное пособие, автором которого является кандидат филологических наук, Данилова Е.А. Учебник состоит из 11 глав.

В Главе 1 предоставлена теоретическая информация относительно составляющих коммуникационного процесса, возможных посредниках общения и наиболее частые причины взаимного непонимания.

В Главе 2 описаны стратегии представления плохих новостей (известий) и разработка стратегии отказа (отказ в предоставлении кредита, возврате товара и т.п.). При прохождении этой главы студентам предлагаются несколько ситуаций, где они должны либо сообщить что-то неприятное, либо отказать в какой-либо просьбе.

Далее раскрывается значение официальных отчетов и сообщений, описываются методы сбора информации.

Затем в книге освещается устное представление, презентация информации, т.е. умение «преподнести себя», исследуются причины страха перед публичными выступлениями и предоставляется схема по подготовке к публичному выступлению.

В Главе 5 рассматривается групповая (командная) работа, работа виртуальных команд, осуществляющих коммуникацию, и возможно, сотрудничество при помощи компьютерной сети, а так же изучаются нормы и правила поведения в команде, и влияние технологий на совместную работу.

Глава 6 посвящена деловым встречам и собраниям, условиям и правилам подготовки и проведения собраний, определению повестки дня и обязанностям председателя (руководителя).

Затем освещается использование технологий для осуществления процесса коммуникации: от устаревающих до самых последних технических средств, помогающих сделать этот процесс легче и успешнее (аудиоконференции, факсимильные сообщения, общение в сети Интернет).

Глава 8 раскрывает понятия «карьера» и предлагает пути поиска собственной карьеры, дает темы для дискуссий и обсуждений.

Далее предоставлен материал, практические советы по написанию резюме (как заставить потенциального работодателя обратить на себя внимание).

Детально описан процесс интервью при приеме на работу, обсуждается план подготовки к проведению интервью.

И, завершающей темой рассмотренной в данном курсе, является этика и проблемы этичного бизнес общения, автор предлагает план построения этической коммуникационной системы.

Подготовка квалифицированных специалистов является одной из основных целей преподавания в ВУЗах. Введение новых курсов – процесс сложный и комплексный, включающий в себя детальное исследование и ознакомление с уже имеющимися курсами.

Ассоциация **BUSINESS COMMUNICATION** существует в США уже свыше 70 лет, в нашем обществе не все и не всегда понимают значимость такого курса в ВУЗах.

Фундаментом построения курса стал аналогичный курс, читаемый в американских университетах. Знакомство с курсом и методикой преподавания произошло в рамках NISCUP проекту, спонсируемого Государственным Департаментом США.

В рамках проекта у преподавателей ТНУ, факультета менеджмента, появилась возможность познакомиться, изучить и внедрить в процесс преподавания учебные программы по аналогичным специальностям американских университетов.

Поэтому описание курса и методы, предлагаемые для внедрения **BUSINESS COMMUNICATION** курса заимствованы у преподавателей американских ВУЗов.

Основными видами работы являются беседы, обсуждения, что гарантирует окончательное закрепление и повторение материала. Авторы считают, что весь учебный процесс должен иметь игровой характер. Для исправления ошибок не рекомендуется ход занятия (работу над ошибками следует проводить в конце занятия). «Игровой» характер учебного процесса способствует тому, что обучаемые постепенно освобождаются от боязни совершения ошибок, от излишней стеснительности и приобретают возможность вести естественную беседу во время интервью или телефонной беседы, а так же осуществлять необходимое деловое

общение посредством писем, электронной почты и других видов современных коммуникационных средств.

Основными стратегиями при обучении **BUSINESS COMMUNICATION** автор предлагает следующее:

- предоставляйте студентам возможность высказывать свою точку зрения и позицию;
- предоставляйте студентам возможность критиковать друг друга, в том числе преподавателя (при этом важно обращать внимание на то, чтобы критика была обоснованной и «здоровой»);
- предоставляйте студентам возможность анализировать и корректировать самих себя;
- давайте им реальные задания и реальные примеры;
- приглашайте бизнесменов (носителей языка) для бесед на занятиях;
- предлагайте на занятиях примеры из реальной жизни.

В данном курсе **BUSINESS COMMUNICATION** приводятся сведения об основах деловой коммуникации и структуре коммерческой корреспонденции, представлен список веб – сайтов для использования их в интерактивном процессе обучения. Разработанный курс предназначен для тех, кто так или иначе связан с работой по развитию внешнеэкономических связей в области коммерческой деятельности, для деловых людей, желающих овладеть международными стандартами ведения бизнеса. Он может быть использован в системе высших учебных заведений, где целевой установкой обучения языку является приобретение навыков устной и письменной речи в сфере делового общения, на факультетах и в институтах повышения квалификации и последипломного образования, для самостоятельного изучения лицами, владеющими английским языком, которым необходимо усовершенствовать его в области делового общения. Просим всех желающих поделиться мнениями и предложениями относительно курса **BUSINESS COMMUNICATION** , писать на электронный адрес: e-mail heldan@ tnu.crimea.ua.

### **Список литературы**

1. Language-Based Communication Zones in International Business Communication R.D. Babcock and B. Du-Babcock //JBC. 2001, V.38, p.374-378.
2. Integrating Communication Across the MBA Curriculum Dale Cyphert // BUSINESS COMMUNICATION Quarterly, 2002, V.65, p.88.
3. Данилова Е.А. Business English . Симферополь, Matius ArtInf, 2002.