

Секция «Методика преподавания иностранных языков и лингводидактика: Актуальные проблемы методики преподавания иностранных языков»

**Обучение практике ведения деловых переговоров студентов-лингвистов:
лингводидактический аспект**

Научный руководитель – Бахтиозина Марина Георгиевна

Гущина Юлия Александровна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет иностранных языков и регионоведения, Кафедра теории преподавания иностранных языков, Москва, Россия

E-mail: julchen_gut@mail.ru

В последнее время можно наблюдать повышенный интерес к искусству ведения деловых переговоров, не только в профессиональной, но также и в академической среде. Если пару десятилетий назад немногие факультеты предлагали курс ведения деловых переговоров, то в настоящее время данная дисциплина входит в обязательный перечень изучаемых предметов во многих вузах [4]. То же самое происходит и в коммерческом мире - предлагаются самые разнообразные тренинги и семинары, посвященные этому вопросу.

Обучение деловой коммуникации в настоящий момент представляет активно развивающееся направление, так как навыки делового общения нужны людям не только на работе, но и в повседневной жизни. Очевидно, что деловой мир требует, чтобы человек быстро и эффективно принимал решения, в соответствии со своими интересами, а также четко доносил до окружающих свои мысли и идеи. Исходя из этого, не знать основных правил делового этикета, превалирующих в корпоративной культуре или не уметь правильно вести переговоры совершенно невыносимо для успешного человека. Более того, в условиях модернизации высшего профессионального образования «поставлена задача подготовки специалистов, способных осуществлять деловое иноязычное общение, владеть компетенциями, относящимися к владению устной и письменной коммуникацией, а также межкультурными компетенциями, предполагающими знание культуры, традиций, этических и этикетных норм различных стран» [1]. Исходя из этого, актуальность исследования связана с недостаточной разработанностью проблемы обучения студентов-лингвистов данному аспекту деловой англоязычной коммуникации.

В подавляющем числе случаев курс, связанный с деловыми переговорами читается исключительно для студентов-международников или студентов, специализирующихся на внешней торговле. На наш взгляд, студенты языковых направлений также должны обладать практическими навыками и необходимыми прагматическими компетенциями в данной сфере. Ведь, «постоянные деловые контакты с иностранными партнерами требуют умения составить стилистически, грамматически и лексически корректное деловое письмо, адекватно понять содержание документов и экспортно-импортных контрактов на английском языке, а также владения навыками ведения деловых переговоров, способности выступать в роли переводчика, осуществляющего двусторонний перевод беседы договаривающихся сторон» [2]. Более того, исходя из запроса современного общества и популярности делового английского языка, именно эти студенты в дальнейшем будут обучать специалистов из других сфер практическому деловому общению на иностранном языке.

Соответственно, цель этой работы заключается в теоретическом исследовании и практической разработке научной системы средств педагогического воздействия, способствующих формированию умений и развитию навыков ведения деловых переговоров в процессе

обучения студентов-лингвистов английскому языку. Обучение студентов языковых специальностей деловому английскому языку характеризуется своими особенностями. Стоит сказать, что студенты как языковых, так и неязыковых вузов начинают изучать дисциплину «Business English», когда они уже обладают определенными знаниями и речевыми умениями в области General English. Но студенты языковых направлений обладают значительным преимуществом, так как они могут без особых затруднений заменять элементы, отсутствующие в их лексическом репертуаре на другие, тождественные по смыслу и функции. Благодаря этому реализуется возможность преподавателя «поднять языковое содержание обучения на достаточно высокий уровень, а также не только ставить перед обучаемыми сложные коммуникативные задачи, но и уделять значительное время неязыковым аспектам деловой коммуникации», что весьма важно [3].

В связи с тем, что научные работы, посвященные данной проблеме, имеют узкоспециализированное направление и не рассматривают в достаточной мере психологическую составляющую и возникающие метапредметные связи, существует необходимость теоретической разработки подхода к преподаванию курса, связанного с обучением ведению деловых переговоров студентов лингвистических направлений, а также в практической разработке стратегий, которые могли бы успешно применяться выпускниками в их дальнейшей профессиональной деятельности.

Источники и литература

- 1) Осина Е. В. Формирование коммуникативной компетенции студентов на основе этикетных норм делового иноязычного общения // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2008. №2 С.118-121.
- 2) Полякова С. Г. Деловой английский язык в современном социально-экономическом пространстве // Вестник Брянского государственного университета. 2009. №3 С.15-19.
- 3) Путьрская О. Г. Обучение деловому иностранному языку в языковом вузе // Педагогическое образование в России. 2012. №1 С.117-119.
- 4) Фишер Р., Юри У., Паттон Б. Переговоры по-гарвардски. М.: Изд-во Эксмо, 2005. - 352с.