

ДЕЛОВОЕ ИНОЯЗЫЧНОЕ ОБЩЕНИЕ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТА В ОБЛАСТИ МЕНЕДЖМЕНТА

© 2012 Е.Д.Климова

Тольяттинская академия управления

Статья поступила в редакцию 10.01.2012

В статье рассматриваются понятия «общение», «деловое общение», «деловое иноязычное общение». Выявляются их основные виды и функции в контексте профессиональной подготовки специалистов в области менеджмента. Обосновываются доминирующие методы обучения деловому иноязычному общению в условиях иноязычного образовательного процесса. Представлен один из возможных вариантов кейсового обучения, разработанный для студентов первого курса Тольяттинской академии управления.

Ключевые слова: общение, деловое общение, деловое иноязычное общение, профессиональная подготовка специалиста в области менеджмента, активные методы обучения, кейс-метод, ролевые и деловые игры.

В центре любого гуманитарного знания находится человек и его деятельность, одной из центральных составляющих которой является общение. В статье «Введение в риторику поступка» И.В.Пешков заметил, что еще М.М.Бахтин определял сущность человека через диалог, представляющий собой качественное взаимодействие личностей, основанное на понимании и сводящееся к «персональной ответственности» и «участности». Таким образом, сущность человека, по мнению ученого, раскрывается именно в общении¹.

Существующие сегодня научные представления об общении достаточно обширны и в то же время противоречивы. Этой проблеме посвящено огромное количество исследований, которые осуществлялись как отечественными, так и зарубежными учеными. Важнейшие из них принадлежат М.М.Бахтину, П.П.Блонскому, Г.В.Бороздиной, М.Р.Гинзбургу, Б.Н.Головину, В.С.Грехневу, В.А.Кан-Калику, П.Ф.Каптереву, Т.Е.Конниковой, Л.Н.Куликовой, А.А.Леонтьеву, В.М.Лившицу, А.В.Морозову, Л.И.Новиковой, Н.Н.Тренину, И.Ф.Харламову, Д.Ханту и многим другим.

Если же мы говорим о профессиональной подготовке специалиста в области менеджмента, то в данном случае речь идет о деловом общении. Анализу проблемы делового общения также посвящено большое количество работ таких педагогов, как И.Курочкина, Н.В.Маврина, Н.В.Мельченкова, А.М.Руденко,

Т.С.Самохина, С.И.Самыгин, Т.А.Стоян, С.Л.Чернер, А.И.Чиненный, Д.Ягер и другие.

Анализируя понятие «деловое иноязычное общение», мы придерживаемся точки зрения тех исследователей (И.Л.Бим, Е.М.Верещагин, Н.Д.Гальскова, Н.П.Головина, И.А.Зимняя, Г.А.Китайгородская, Л.И.Корнилова, Г.С.Максимцева, Е.И.Пассов, И.И.Халеева, Г.П.Щедровицкий и многих других), которые рассматривают это понятие как умение общаться в инокультурном деловом мире на двух и более языках.

Необходимо подчеркнуть, что в нашей работе мы особо выделяем именно «иноязычное деловое общение» как частный вид концепта «деловое общение». Поэтому сначала рассмотрим понятия «общение» и «деловое общение», а затем перейдем к анализу делового общения в рамках обучения иностранному языку.

Понятие «общение», по мнению С.И.Самыгина, это – сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности². Согласно Н.Д.Гальсковой, общение есть совокупность/система мотивированных и целенаправленных процессов, позволяющих человеку социально взаимодействовать с другими людьми³.

Общение – многосторонний информационный процесс, составляющими которого являются речь, слушание, чтение и письмо. Д.Роббинс указывает, что человек в среднем на ра-

⁰Климова Екатерина Дмитриевна, директор СОШ «Школа управленческого резерва».

E-mail: kli-catherine@mail.ru

¹ Пешков И.В. Введение в риторику поступка. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.english-posyo.ru/bus_com.html (Дата обращения: 30.09.09).

² Самыгин С.И., Руденко А.М. Деловое общение: Учебное пособие. – М.: 2010. – С. 11.

³ Гальскова Н.Д. Современная методика обучения иностранным языкам: Пособие для учителей. – М.: 2000. – С.122.

боте затрачивает 33 % времени на беседу, 42 % на слушание, 9 % на чтение и 16 % на письмо⁴.

Как любой процесс, общение обладает определенным набором функциональных составляющих. Выделяют восемь функций общения, каждая из которых имеет определенную цель, а именно: 1) *контактную* – установление контакта с собеседником; 2) *информационную* – прием-передача сведений, обмен мнениями, решениями; 3) *побудительную* – стимуляция партнера, направляющая его на выполнение определенных действий; 4) *координационную* – взаимное ориентирование и согласование действий при организации совместной деятельности; 5) *перцептивную* – адекватное восприятие смысла сообщения, понимание партнерами друг друга; 6) *эмотивную* – обмен эмоциями между партнерами и изменение эмоционального состояния с его помощью собственных переживаний и состояний; 7) *статусную* – осознание и фиксирование своего места в системе ролевых, статусных, деловых, межличностных и прочих связей сообщества; 8) *преобразовательную* – изменение состояния, поведения, личностно-смысловых образований партнера, в том числе его намерений, установок, решений⁵.

Деловое общение – это самый массовый вид социального общения, так как оно представляет сферу коммерческих и административно-правовых, экономико-правовых и дипломатических отношений. Для достижения высокой результативности практически в любом виде коммерческой деятельности необходимо владеть определенным набором сведений, знаний, представлений о правилах, формах и принципах делового общения⁶. Это обстоятельство выдвинуло на первый план необходимость обучения деловому общению именно менеджеров, так как оно является непременным компонентом их общепрофессиональной подготовки, ведь содержательная, логически выдержанная и эмоционально насыщенная речь – не просто существенный компонент и показатель высокой культуры специалиста в области менеджмента, а средство его повседневной деятельности, основное орудие его воздействия на подчиненных.

Среди основных признаков, характеризующих процесс делового общения, мы выделяем следующие: оно является видом межличностного общения, в котором партнер всегда выступает как личность, значимая для субъекта; определяющим содержанием делового общения является социально значимая деятельность; деловое общение основано на принципах продуктивности и паритетности⁷. Помимо этого, важно отметить, что специфика профессионального делового общения специалистов (в том числе менеджеров) в современных условиях обусловлена расширением сферы их профессиональной деятельности, необходимостью общения с партнерами различных национальных культур, общей демократизацией и гуманизацией отношений⁸.

Рассмотрев понятия «общение» и «деловое общение», приходим к выводу, что деловое общение отличается от обыденного (неформального) тем, что в его процессе ставятся цель и конкретные задачи, которые требуют своего решения. В деловом общении мы не можем прекратить взаимодействие с партнером (по крайней мере, без потерь для обеих сторон). В обычном дружеском общении чаще всего не ставятся конкретные задачи, не преследуются определенные цели. Такое общение можно прекратить (по желанию участников) в любой момент⁹.

Учитывая тенденцию расширения международных контактов, которые в свою очередь актуализируют процесс межкультурной коммуникации, особый интерес для нашей работы представляет *деловое иноязычное общение*. Профессиональная подготовка менеджера немислима без иноязычного общения, поскольку реально востребованными в современном обществе становятся менеджеры со знанием иностранного языка, специалисты по международной и межкультурной коммуникации. В соответствии с этим, трудно переоценить значение этого учебного предмета для конкретных профессиональных целей.

Решение проблемы приобретения студентами – будущими менеджерами опыта делового общения на иностранном языке методисты видят в использовании в учебном процессе активных методов обучения. Опираясь на имеющийся опыт, мы полагаем, что деловые и ро-

⁴ Robbins J. Better talking through listening // Chem. Eng. – 1988. – V. 95. – № 11. – P. 161 – 162.

⁵ Самыгин С.И., Руденко А.М. Деловое общение: Учебное пособие. – М.: 2010. – С. 11 – 12.

⁶ Капустина Л.В. Аксиологический подход к формированию толерантности в деловом профессиональном общении при подготовке экономистов: Автореф... дисс.... канд. пед. наук (методика профессионального образования). – Самара: 2006. – С. 11.

⁷ Маврина Н.В. Развитие у студентов вуза культуры деловой переписки: Автореф... дисс.... канд. пед. наук (методика профессионального образования). – Челябинск: 2005. – С. 22 – 23.

⁸ Капустина Л.В. Аксиологический подход... – С. 8.

⁹ Бороздина Г.В. Психология делового общения: Учеб. пособие. – М.: 2000. – С. 56.

левые игры, а также приобретающий все большую популярность кейс-метод являются весьма актуальными и значение их в современном педагогическом процессе нельзя не учитывать. И, действительно, активные методы, в частности, игра приближает студенческую аудиторию к реальным условиям профессиональной деятельности, позволяет прочувствовать особенности своей будущей профессии, найти наилучшие подходы к решению тех или иных управленческих и организаторских проблем. Иными словами, игра – это своеобразная проверка того, что студент знает и может предпринять как специалист в определенной ситуации. При этом И.Н.Курочкина выделяет параметры деловой игры, в которой необходимо: отразить учебный материал; выделить игровые цели и задачи; выработать определенные правила (и обеспечить их соблюдение), а также способы поддержания активности и самостоятельности участников, подведения итогов¹⁰.

Однако более всего нас интересует совмещение таких базисных составляющих, как тренировка навыков делового общения и использование для этих целей английского языка, а поэтому и широко применяемый в бизнес-образовании метод конкретных ситуаций (Case Study)¹¹.

Специфика использования кейс-метода состоит в том, что студентам предлагается не просто учебная (коммуникативная) ситуация, а реальная управленческая ситуация, в которой они должны поставить себя на место менеджеров этой компании. Она представляет реальную сложность, проблематичность, психологическую конфликтность, а также экономическую значимость для компании, так как способствует приобретению опыта будущими менеджерами принятия управленческих решений в процессе анализа и обсуждения именно реальных управленческих ситуаций, в которых обучаемые ставят себя на место зарубежных менеджеров, осуществляющих общение с партнерами¹².

Рассмотрим более подробно этот метод и его реализацию в учебном процессе для студентов первого курса Тольяттинской академии управления уровня Upper-Intermediate (выше среднего, то есть компетентный пользователь), специально для которых был разработан и внедрен отдельный модуль учебного процесса

«English through Cases» (обучение английскому посредством кейсов)¹³.

В основе одного из разработанных кейсов данного модуля лежит коммуникативная ситуация, которая порождает потребность общающихся к целенаправленной деятельности и питает эту деятельность. Она несет в себе некий импульс и «энергетику», которые позволяют «задействовать» систему интеллектуальных, социальных и иных взаимоотношений студентов, вовлеченных в эту учебную ситуацию, формирующуюся и развивающуюся на основе сотрудничества субъектов образовательного процесса, то есть преподавателя и студентов. С другой стороны, учитывается проблемная сторона ситуации. В частности, в названном выше модуле она заключалась в следующем:

«В некое туристическое агентство поступает большое число писем с жалобами на организацию праздников, отпусков, выходных дней, а также на несоответствие информации, заявленной в рекламной брошюре, реальному положению дел. Один из клиентов этой организации, столкнувшись с подобным рода проблемами, написал письмо-жалобу в это турагентство, требуя возврата денег за неудачно организованный отпуск. После получения отказа клиент обратился в местную газету «The Porchester Gazette», которая начала отслеживать сложившуюся ситуацию. Проведя интервью с клиентом, представители газеты (роль которых играют студенты) обращаются в Porchester Tour Company, чтобы прояснить ситуацию».

Работа на занятии начинается с того, что студенты в мини-группах обсуждают на английском языке ситуацию и поступившие жалобы, приходят к общему мнению, как выйти из сложившегося кризиса, представляют свои идеи всей группе. У каждой мини-группы может быть свой план выхода из кризиса. Любое решение будет верным, если студенты смогут объяснить выбор своего решения, то есть представить аргументы в его подтверждение. При этом студенты: 1) определяют проблему компании, выясняют, является ли проблема общей или она уникальна; 2) анализируют проблему, рассматривают факторы, которые привели к ухудшению репутации компании; 3) предлагают различные решения проблемы, оценивают каждое из предложенных решений; 4) рассматривают результаты альтернативных решений и способы их достижения; 5) дают рекомендации представителям компании, которые и должны будут реализовать план по устранению возникших проблем.

¹⁰ Курочкина И.Н. Деловая игра в воспитании качеств лидера (на примере занятий по деловому этикету) // Вестник высшей школы. – 2001. – № 8. – С. 18.

¹¹ Долгоруков А.М. Метод кейсов (case study) [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.evolkov.net/case/case.study.html> (10.12.09).

¹² Холкина М. Игры, в которые играет бизнес // Управление персоналом. – 2009. – № 10. – С. 70.

¹³ Klimova E.D. English through Cases handouts. Togliatti Academy of Management, 2008.

Далее в рамках данного кейса студентам предлагается деловая игра (интервью как формализованный вид делового общения), которая проводится тоже в мини-группах. Ее суть заключается в следующем: в парах студенты разыгрывают интервью между старшими менеджерами Porchester Tour Company и репортерами the Porchester Gazette, используя обязательно определенный набор фраз для проведения интервью, тем самым отрабатывая деловую лексику на английском языке. Общим группам предлагаются карточки с описанием ролей, которым они должны следовать. Затем они представляют результат своей деятельности (непосредственно интервью) всей группе.

Завершающим этапом работы с данным кейсом является написание деловой корреспонденции. Студентам предлагается выбрать один из трех предложенных вариантов: 1) письмо-жалоба от клиента в Porchester Tour Company; 2) письмо – реакция Porchester Tour Company на жалобу клиента; 3) статья в the Porchester Gazette от репортера этой газеты.

Проводя работу с подобного рода кейсами, студенты – будущие менеджеры имеют возможность получить или отработать навыки делового общения на английском языке, (важнейшие составляющие профессиональной культуры человека, принимающего решения), которые являются, безусловно, важными и необходимыми для их дальнейшей профессиональной деятельности, так как это не только способ слушать и общаться, но и поддерживать связи.

Помимо этого, использование кейс-метода в процессе общения на английском языке эффективно развивает у студентов – будущих менеджеров *критическое мышление*, то есть готовность принимать эффективные и правильные решения (в команде), что, в свою очередь, увеличивает их конкурентоспособность и востребованность на рынке труда.

Таким образом, мы считаем, кейс-метод, ролевые и деловые игры эффективными методами профессиональной подготовки специалистов в области менеджмента, поскольку она происходит в одной из реальных сфер их профессиональной деятельности.

FOREIGN LANGUAGE BUSINESS COMMUNICATION IN THE PROFESSIONAL TRAINING OF A MANAGER

© 2012 E.D.Klimova^o

Togliatti Academy of Management

This article presents such notions as «communication», «business communication» and «foreign language business communication». Their main forms and functions in context of professional training of a manager are evolved. The article also substantiates dominant teaching methods of foreign language business communication within foreign language teaching process. One of the possible variants of case study teaching, which is developed for first year students of Togliatti Academy of Management, is presented in the article.

Key words: communication, business communication, foreign language business communication, professional managerial training of a specialist, active teaching methods, case study method, role plays and business games.

^oEkaterina Dmitrievna Klimova, Principal of Secondary School «School of Management Reserve». E-mail: kli-catherine@mail.ru