

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОГО ОБУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ СТУДЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

Профессионально ориентированное обучение английскому языку студентов экономических специальностей в современных условиях складывается из двух ключевых компонентов, носящих коммуникативно ориентированный и профессионально направленный характер.

Первым компонентом является обучение профессиональной лексике, необходимой для понимания англоязычной литературы по экономике и ее соответствующих подразделов (финансы, аудит, бухгалтер, менеджмент и управление производством, логистика, маркетинг и т.д.), т.е. комбинированное овладение профессиональными и лингвистическими знаниями, использование знаний иностранного языка как фундамента для приобретения профессиональных знаний. В первый компонент мы также включаем развитие коммуникативных навыков для общения на иностранном языке, т.е. приобретение студентами коммуникативной компетенции, под которой понимается умение соотносить языковые средства с конкретными сферами, ситуациями, условиями и задачами общения. Соответственно, языковой материал рассматривается как средство реализации речевого общения, при его отборе осуществляется функционально-коммуникативный подход.

Вторым компонентом является обучение деловому иностранному языку, что в контексте экономического профиля означает — обучение бизнес английскому. Поскольку, второй компонент является отличительной чертой методики преподавания английского языка для

будущих специалистов в области экономики, бизнеса и финансов — рассмотрим его более детально.

Говоря об отличии бизнес английского от делового английского для неэкономических специальностей, отметим, что второй предполагает изучение этикетных форм общения, некоторых стилистических особенностей письменной деловой речи, что в свою очередь находит свое отражение в стремлении пишущего к максимально строгому и сдержанному характеру изложения, а тем самым, и в стремлении к использованию стилистически нейтральных элементов языка. Бизнес английский всегда носит социальный и ролевой характер. В нем всегда рассматриваются ситуации, которые могут возникнуть в процессе введения переговоров, решения проблем и задач. Поэтому методика преподавания бизнес английского предполагает системное и последовательное моделирование ситуаций будущей профессиональной деятельности, их предметный и социальный контексты. Бизнес английский включает в себе различные элементы, помимо собственно профессиональных и языковых компетенций, в первую очередь, это межкультурные и коммуникативные компетенции, навыки построения переговорного процесса, знания в области психологии, навыки решения проблем и навыки принятия решений [1].

Итак, то, что обычно подразумевается под «деловым английским» — это английский для целей эффективного общения в бизнесе в различных конкретных бизнес-ситуациях. Это определение указывает на необходимость изучения всего спектра актуальных вопросов, среди которых терминология представляет собой лишь малую долю.

При этом, надо учитывать ряд аспектов. Одним из них — является контекст межкультурной коммуникации. Игнорирование данного аспекта приводит не только к курьезным ситуациям, но и серьезным финансовым потерям. В истории рекламных компаний был случай, когда

корпорация «Coca-Cola» вышла на рынок Китая со своим товаром. Соответственно, ей пришлось сделать перевод названия компании на родной язык клиентов целевого рынка. Однако, естественно, полного сходства добиться не удалось, и название по-китайски произносилось, как «Кекён-Ки-Ла». Поскольку в китайском каждый иероглиф имеет свой смысл, то данное словосочетание имело перевод: «Лошадь, набитая воском». Это побудило корпорацию подобрать более точное и корректное название. После анализа сотен словосочетаний, выбор пал на транслитерацию «КёКёу-КёЛе», в переводе «Полный рот радости». Поскольку название автомобильной марки «Жигули», схоже с итальянским словом *gigolo* (итал. сутенер), данный автомобиль приобрёл экспортное название — «Lada». Российский футбольный клуб «Факел», когда начал выступать в кубке УЕФА, был переименован в «Воронеж», что вызвало бурю возмущения среди его фанатов, привыкших к старому названию. Для недопущения подобных проблем необходимо ознакомить студентов со списком фонетических и лексических комбинаций, которые из-за своего смешного, вульгарного, или глупого значения не рекомендуются для общения на родном языке в присутствии носителей иного языка.

Другим ключевым аспектом подготовка к переговорам с будущими иностранными партнерами. При этом надо объяснить, что в разных культурах отличается понимание личностных границ. В славянском менталитете считается нормальным раскрывать свои границы, задавать личные вопросы, избегать условностей, т.е. сокращать дистанцию и выводить почти сразу отношения с просто деловых на личностно-деловые. И это является не только неприемлемым для большинства других культур, но и воспринимается как слабость характера.

Начинать обучение тактике и стратегии переговорам, можно с социально-бытовых ситуаций, ведь мы ведём переговоры повсеместно: на работе, дома, в магазине, на рынке, в обсуждении планов на выходные с

друзьями. В целом, необходимо отметить, что в вузах нашей страны деловой английский преподается в основном для студентов 1—2 курсов, т.е. для молодых людей с небольшим ещё жизненным опытом. Поэтому, целесообразно подводить к бизнес английскому языку через социально-бытовые темы. Например, изучение правил составления резюме нужно начинать с анализа сильных и слабых сторон своей личности, далее — мой характер и мои увлечения, в чем мои преимущества, чего я могу достичь, в чем преуспеть, чем быть полезен обществу и будущим работодателям. Мотивационное письмо — через мои мечты и планы на будущее. Обучение SWOT-анализу тоже можно начинать с описание своих знакомых, их сильных слабых сторон; попытаться дать ответ на то, чего они могут достичь и какие препятствия могут встретить при достижении своих целей, а затем переходить к SWOT-анализу любимого кафе, клуба и т.д. В целом, в процессе обучения бизнес английскому, помимо изучения правил оформления деловой корреспонденции, составления резюме и стандартных переговорных схем, мы должны развивать у студентов умение видеть и анализировать не только сильных и слабые стороны бизнес-проекты, но и личностные качества. При этом, надо понимать, что особую ценность навык переговоров приобретает в сфере бизнеса, так как в этом случае успех или неуспех вашего умения договариваться выражается просто и ясно: в денежном эквиваленте. Знание только профессионально и деловой терминологии вряд ли будет способствовать будущим специалистам быть в стандартных переговорных ситуациях. Важно научить не просто стандартной отсылке запросов, рекламаций и ответов на коммерческое предложение, а умению добиваться в переговорах поставленных целей, то есть умению заставлять своих оппонентов, за плечами которых часто будет богатый переговорный опыт, принимать условия наших компаний, умению, как правильно использовать межкультурную специфику партнера при манипуляции, ибо любые переговоры — это манипуляции. То, что

необходимо будущим специалистам в сфере бизнеса, экономики и финансов — это коммуникативная компетенция, т.е. умение достигать цели коммуникации. Для этого потребуется не только качественное владение разговорным и письменным английским языком, понимание его грамматической структуры, хороших слуховых навыков, владение общей и специализированной лексикой в области экономики и бизнеса, но и понимание законов бизнеса и делового мира, знания в области экономики и психологии, включая познания в сфере кросс-культурного сознания.

Литература

1. Прус Л. В. Современные тенденции и проблемы в области преподавания «делового английского языка». [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.rusnauka.com/4_SND_2014/Pedagogica/5_158265.doc.htm. — Дата доступа: 17.05.2015.
2. Joe W. Neal. The Peculiarities of Geography: Latin America In Annals of the American Academy of Political and Social Science / Neal Joe W./ — Vol. 335, The Rising Demand for International Education (May, 1961) — PP. 81-88.