

ЗАДАНИЕ № 4. «Хорошо потрудились, теперь можно и отдохнуть»

1 курс, специальность «Менеджмент (международный туризм)»

Дисциплина: «Деловой английский»

Тема: «Развлечения в компании»

Представьте, что вы-руководитель фирмы. За последнее время в силу загруженности вашего графика, у вас не было возможности пообщаться с вашим коллективом, и вы почувствовали, что начинаете терять с ними взаимосвязь. С целью наладить отношения с вашими сотрудниками, вы приняли организовать полезный досуг в вашей компании. Приведите примеры мероприятий, которые вы бы хотели реализовать в вашей компании, используя изученную лексику по теме «Развлечения в компании».

Метод: проблемная ситуация.

Критерии оценки для заданий по деловому английскому: достаточный уровень владения лексической составляющей по изучаемой дисциплине, креативность и оригинальность изложения информации, емкость и лаконичность, степень оригинальности элементов.

Подводя итог, хочется отметить следующие позитивные стороны эвристического обучения:

- 1) ориентировано на индивидуальное развитие личности;
- 2) повышает активность студентов на протяжении образовательного процесса;
- 3) содействует повышению заинтересованности и мотивации к обучению;
- 4) способствует появлению и раскрытию интеллектуально-творческого потенциала;
- 5) прививает навыки самостоятельной работы.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Король А. Д. Основы эвристического обучения: учебное пособие [Электронный ресурс] / А. Д. Король, И. Ф. Кигурко. – Минск: БГУ, 2018. – 207 с. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/194205>. – Дата доступа: 04.10.2021.

2. Хуторской, А.В. Технология проектирования ключевых и предметных компетенций [Электронный ресурс] / А.В. Хуторской // Интернет-журнал "Эйдос". – 2005. – Режим доступа: <http://www.eidos.ru/journal/2005/1212.htm>. – Дата доступа: 01.10.2021.

СПЕЦИФИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОГО ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ БУДУЩИХ PR-СПЕЦИАЛИСТОВ НА ЗАВЕРШАЮЩЕМ ЭТАПЕ

Н. Н. Максименя¹⁾ Е. В. Шилей²⁾

*¹⁾Минский государственный лингвистический университет
ул. Захарова, 21, 220034, Минск, Беларусь, n.maximena@gmail.com*

*²⁾Минский государственный лингвистический университет
ул. Захарова, 21, 220034, Минск, Беларусь, helen_kobzik@mail.ru*

В статье рассматриваются особенности профессионально ориентированного обучения иностранным языкам будущих специалистов в области связей с общественностью на завершающем этапе. Акцентируется внимание на обучении языку как инструменту осуществления профессиональной деятельности PR-специалиста. Формирование профессиональных компетенций специа-

листов данного профиля определяет структурное и содержательное наполнение как аудиторных, так и внеаудиторных заданий. В статье детально описывается тематический репертуар и арсенал практико-ориентированных форм и методов обучения. В работе приводятся образцы коммуникативной деятельности обучающихся.

Ключевые слова: профессиональные компетенции, PR-специалист, связи с общественностью, практико-ориентированные формы обучения, тематический репертуар.

PECULARITIES OF PROFESSIONALLY ORIENTED LEARNING OF FOREIGN LANGUAGES OF UNDER-GRADUATE PR STUDENTS

N. N. Maximenya¹⁾, A. V. Shylei²⁾

*¹⁾Minsk State Linguistic University,
Zaharova str., 21, 220034, Minsk, Belarus*

*²⁾Minsk State Linguistic University,
Zaharova str., 21, 220034, Minsk, Belarus*

Corresponding author: A.V. Shylei helen_kobzik@mail.ru

The article examines the features of professionally oriented teaching of foreign languages for future specialists in the field of public relations at the final stage. Attention is focused on teaching language as a tool for the implementation of the professional activity of a PR-specialist. The formation of professional competencies of specialists of this profile determines the structural and content content of both classroom and extracurricular tasks. The article describes in detail the thematic repertoire and arsenal of practice-oriented forms and methods of teaching. The work provides examples of students' communicative activities.

Key words: professional competencies, PR-specialist, public relations, practice-oriented forms of education, thematic repertoire.

Социально-экономические преобразования последнего десятилетия, интеграция белорусского образования в мировое образовательное пространство, присоединение Беларуси к Болонскому процессу актуализировали задачу дальнейшей модернизации системы высшего образования.

Интенсификация международных контактов, принимающих в последнее время ярко выраженный межкультурный характер, влечет за собой рост требований к специалистам различного профиля. В условиях международного делового партнерства, расширения профессионального сотрудничества особая роль отводится специалистам по связям с общественностью, призванным обеспечить взаимопонимание и согласованность деятельности различных субъектов социально-экономических отношений.

Отмечая существующий мировой опыт в сфере связей с общественностью, следует подчеркнуть, что в Республике Беларусь эта область знаний и практической деятельности только последние десятилетия начала интенсивно развиваться как самостоятельное направление. Если в США подготовкой PR-специалистов занимаются более двухсот университетов и колледжей, то в рамках отечественной системы высшего образования первые выпуски специалистов состоялись в отдельных вузах сравнительно недавно.

Потребность общества в специалистах данного профиля, способных решать профессиональные задачи, выдвигает проблему совершенствования подготовки будущего PR-специалиста в области иностранных языков в разряд

актуальных. Практика подтверждает, что иностранный язык в современных условиях становится средством осуществления профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью в рамках организации эффективного профессионального общения.

В рамках подготовки студентов по специальности «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (образовательное направление «Связи с общественностью»)» факультета межкультурных коммуникаций МГЛУ основной целью специальных дисциплин является не обучение иностранному языку как системе знаков с особенностями словарного состава, нормами построения монологических и диалогических высказываний в разных типах коммуникации, а как инструменту осуществления профессиональной деятельности, что предполагает развитие общих и специальных компетенций, необходимых для эффективного иноязычного общения в различных сферах профессиональной деятельности специалиста по межкультурной коммуникации.

Достижение этой цели предполагает решение следующих задач:

- 1) формирование навыков управления информацией, а также решения проблем в рамках образовательного направления «Связи с общественностью»;
- 2) развитие умения выстраивать сообщение с учетом тематики, сферы общения, особенностей аудитории;
- 3) совершенствование навыков и умений, необходимых в профессиональной коммуникации с представителями различных культур и субкультур.

В образовательном стандарте по специальности «1-23 01 02 Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (образовательное направление «Связи с общественностью»)» отмечается, что в результате обучения специалисты данного профиля должны обладать среди прочих следующими профессиональными компетенциями:

— Владеть сложными коммуникативными навыками и умениями; быть способным к формированию новых навыков и умений в иных социальных структурах и социокультурных ситуациях.

— Реализовывать требуемый ролевой репертуар в рамках профессии.

— Обладать способностью убеждать.

— Владеть навыками публичной речи на родном и на не менее чем двух иностранных языках.

— Готовить доклады, материалы к презентациям и пользоваться глобальными информационными ресурсами.

— Вырабатывать и принимать профессиональные решения, корректировать собственную деятельность и деятельность других участников процесса межкультурной коммуникации [1].

Основу профессионально ориентированного обучения иностранным языкам будущих специалистов по связям с общественностью на завершающем этапе составляет тематически организованный материал, охватывающий основные направления деятельности специалиста в сфере *PR*. Так, одна из пер-

вых тем – коммуникация в организации. В рамках заданной темы обсуждаются основные функции, компоненты, направления коммуникативных потоков как внутри организации, так и тех, которые направлены на внешнюю целевую аудиторию. Рассматривая примеры мировой практики, студенты анализируют особенности процесса коммуникации в различных организациях в зависимости от целей, размеров, сферы деятельности, формы хозяйствования организации и других факторов. Успех взаимодействия организации с ее общественностью, как внешней, так и внутренней, зависит от работы специалистов по связям с общественностью. Это аксиоматическое утверждение обусловило рассмотрение следующей темы – *PR* как часть коммуникации организации. Данный тематический блок предполагает не только обсуждение функций *PR*-специалиста в организации, но и критический анализ смежных направлений в организации, в частности, сходств и различий между *PR* и рекламной деятельностью организации, *PR* и маркетингом. Далее следует обсуждение вопросов корпоративной социальной ответственности (КСО) организации и роли *PR*-специалистов в ретрансляции идеи устойчивого развития целевым аудиториям. Инструменты реализации социальных программ той или иной организации включают среди прочих благотворительную деятельность, спонсорство, социальные инвестиции, что является составляющими компонентами имиджа организации и, соответственно, находится в ведении *PR*-специалистов. Обсуждение примеров КСО мировых брендов дает возможность выявить лидирующие направления корпоративной социальной ответственности, факторы, определяющие специфику деятельности компании в данной области. При формировании профессиональных компетенций *PR*-специалистов, в том числе в рамках профессионально ориентированному обучению иностранным языкам, значительное внимание уделяется вопросам кризисной коммуникации. Обсуждение данной темы предполагает анализ кризисных ситуаций в различных организациях, стратегий и тактик антикризисной коммуникации организации. Студенты рассматривают продуктивные и непродуктивные способы разрешения кризисов, моделируют собственные кризисные ситуации для выбранных организаций и стратегии выхода, разрабатывают рекомендации по предотвращению кризисных ситуаций. Следующий тематический блок в рамках подготовки *PR*-специалистов включает рассмотрение способов оценки эффективности *PR*-деятельности. В частности, студенты обсуждают количественные и качественные показатели эффективности, применяемые в отношении выбранных *PR*-инструментов, технологий, коммуникативных тактик.

В рамках профессиональной подготовки используется широкий арсенал интерактивных форм и методов обучения, в частности: проектная технология, кейс-технология, технология учения в сотрудничестве, интенсивные технологии, ситуации, деловые игры профессиональной направленности, в основе которых преобладают подходы, активизирующие познавательную деятельность обучающихся, способствуя развитию творческой личности с активной профессиональной позицией [2].

Поскольку специалист в сфере связей с общественностью должен обладать определенными коммуникативными навыками, в том числе эффективно использовать коммуникативные стратегии, пользоваться разнообразными тактическими приемами коммуникации, представлять свою организацию/компанию/бренд как участника коммуникативного процесса, то представляется целесообразным привести в качестве образца коммуникативной деятельности обучающихся по специальности «Лингвистическое обеспечение межкультурной коммуникации» следующие виды заданий.

Так, на одном из аудиторных занятий по теме «*PR vs Advertising*» обсуждение проблемных вопросов происходит в дискуссионном формате «*Эстафета*». Обучающиеся в малых группах анализируют и согласовывают различные подходы к областям взаимодействия связей с общественностью и рекламы. В качестве вспомогательного методического материала студентам предлагается список, включающий ряд параметров (платное/бесплатное освещение в СМИ, жизненный цикл, событийные тактики и др.), по которым производится характеристика каждой области. Дискуссия в группах заканчивается формулировкой общего решения проблемы. В качестве внеаудиторного задания студенты анализируют особенности деятельности всемирно известной компании по выбору в области связей с общественностью и рекламой. Полученные результаты представляются на занятии в виде мультимедийной презентации.

В рамках темы «*PR's branding power*» на этапе проведения исследования студенты в формате мозгового штурма генерируют ответы на следующие вопросы: В чем заключается сущность бренда? Что такое брендинг? Почему важно создать сильный бренд? Каковы принципы позиционирования бренда? Какие количественные и качественные показатели характеризуют лояльность потребителей к бренду? На этапе анализа ситуации обучающимся предлагается сравнить 5 ведущих брендов в списке *Interbrand* с 5 ведущими рекламодателями *Ad Age*. Анализ позволяет сделать вывод о том, что пять ведущих рекламодателей, которые ежегодно тратят миллиарды на поддержку своих брендов, не входят в пятерку ведущих брендов. На этапе развития коммуникативных умений студенты разрабатывают программу по развитию бренда, включающую в себя следующие элементы: определение ключевых качеств бренда, целевые аудитории, ценности, транслируемые брендом, амбассадора бренда, айдентика бренда и стратегию развития бренда.

Таким образом, в условиях динамично меняющейся образовательной среды возрастает значение применения на занятиях практико-ориентированных технологий, направленных на профессионально ориентированное обучение иностранным языкам будущих специалистов по связям с общественностью.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ:

1. Образовательный стандарт высшего образования. Высшее образование первая ступень. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://mslu.by/files/uploads/obrazovatelnye-standarty/obrazovatelnyj-standart-lingvisticheskoe-obespechenie.pdf>. – Дата доступа: 05.10.2021.

2. Культурный контекст профессионального общения. Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине для специальности: 1-23 01 02 Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (направление специальности 1-23 01 02-03 Связи с общественностью). – Минск: МГЛУ, 2020. – 22 с.