

приходится взаимодействовать с коллегами, партнерами и клиентами из различных стран. Способность адаптироваться к ситуациям межкультурного общения позволяет выпускникам быть гибкими и открытыми для новых идей, что является принципиальной чертой для специалистов в современном бизнес-сообществе.

Значительную роль в формировании навыков межкультурной коммуникации у студентов играет применение методов интерактивного обучения как способов обучения, основанных на высокой интенсивности коммуникации. Методы создания благоприятной атмосферы и организации коммуникации обеспечивают оперативное включение субъектов общения в совместную деятельность; оптимизацию контакта в группе (снятие напряжения, снижение агрессии, сплочение); установление доверительных отношений между участниками интерактивного взаимодействия [1, с. 18].

Интерактивные методы позволяют студентам освоить принципы межкультурного взаимодействия не только теоретически, но и практически применить их в реальных ситуациях, лучше понять и оценить сложности и особенности коммуникации в многонациональной среде. Например, кейс-метод позволяет студентам анализировать реальные ситуации из бизнес-практики, учит принимать рациональные решения в условиях международного взаимодействия. Это способствует развитию навыков межкультурного анализа и адаптации к различным ситуациям. С помощью ролевых игр студенты могут отработать различные сценарии взаимодействия с представителями других культур, что помогает им понять, какие подходы и стратегии могут быть эффективны в межкультурном взаимодействии.

Таким образом, использование различных методов интерактивного обучения, таких как деловые и ролевые игры, кейс-метод, тренинг, дискуссия, мозговой штурм и др., стимулирует активное вовлечение студентов в учебный процесс, создает благоприятные условия для усвоения знаний и формирования профессиональных компетенций. В результате такого обучения студенты развивают свои коммуникативные навыки, а также умение работать в международной среде, что внесет вклад в их профессиональное развитие и будущее карьерное продвижение.

Список использованных источников

1. Интерактивное взаимодействие в обучении учащихся : программно-методический комплекс для слушателей целевых курсов повышения квалификации / А. И. Андарало [и др.] ; под общ. ред. В. В. Граковой, Т. А. Шингирей. – Минск : БГПУ, 2009. – 77 С.

М. И. Святощук
*преподаватель кафедры МЭК
БГЭУ (Минск)*

КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ И БИЗНЕСЕ: ОСОБЕННОСТИ И ВЛИЯНИЕ НА УСПЕХ ОРГАНИЗАЦИЙ

В современной экономике кросс-культурные коммуникации становятся все более важным аспектом успеха организаций. На фоне быстрого развития международных бизнес-отношений и возрастающей мобильности трудовых ресурсов становится необходимой разработка эффективных стратегий общения между представителями различных культур и национальностей. Основными особенностями кросс-культурных коммуникаций являются языковые, невербальные и культурные различия между участниками коммуникации. Языковые барьеры могут замедлить обмен информацией и привести к недопониманию или ошибкам в деловой коммуникации. Невербальные сигналы, такие как жесты, мимика и тон голоса, воспринимаются по-разному в разных культурах, что может привести к недоверию и конфликтам. Культурные различия, такие как системы ценностей, традиции и восприятие времени, могут влиять на предпочтения и ожидания участников коммуникации [1].

Целью данной статьи является анализ влияния культурных различий на коммуникацию в сфере бизнеса, выявление основных проблем, с которыми сталкиваются организации при осуществлении кросс-культурного взаимодействия.

Одним из важнейших аспектов кросс-культурных коммуникаций является умение вести эффективные переговоры. Понимание культурных ценностей и норм поведения собеседника позволяет достичь взаимопонимания и доверия, что способствует успешному и продуктивному заключению сделок. Правильный выбор времени и места для переговоров, адаптация стиля коммуникации и учет обычаев и ритуалов другой культуры – все это является ключевыми факторами успеха в межкультурных коммуникациях [2].

Кросс-культурные коммуникации также играют важную роль в международном маркетинге. Рекламные кампании и стратегии должны быть адаптированы к особенностям различных культурных контекстов, чтобы привлечь внимание и заинтересовать целевую аудиторию. Успешные международные компании учитывают не только языковые особенности, но и культурные предпочтения и стереотипы потребителей, чтобы создать эффективные маркетинговые кампании. Неправильное понимание или неверное интерпретирование информации может привести к потере контрактов, ухудшению деловой репутации и упущению возможностей для расширения бизнеса. В то же время эффективные кросс-культурные коммуникации способствуют установлению долгосрочных партнерских отношений, созданию конкурентных преимуществ и развитию интернациональных бизнес-сетей [3].

Для успешного ведения кросс-культурных коммуникаций организации могут применять различные подходы, включая командировки высококвалифицированных сотрудников в страны-партнеры, обучение персонала межкультурным навыкам и использование специализированных консультационных услуг. Вклад в развитие кросс-культурных коммуникаций также может быть сделан на государственном уровне путем создания сети международных образовательных программ и поддержки исследований в области межкультурной коммуникации.

В заключение отметим, что кросс-культурные коммуникации в экономике и бизнесе играют важную роль на современном международном рынке. Организации, которые способны эффективно адаптироваться к разнообразным культурным контекстам, могут достичь конкурентных преимуществ и успеха на глобальной арене. Поэтому разработка и применение стратегий кросс-культурных коммуникаций становится неотъемлемым элементом ведения бизнеса в современном мире.

Список использованных источников

1. Голуб, О. Ю. Теория коммуникации / О. Ю. Голуб. – М. : Дашков и К, 2011. – 388 с.
2. Гришаева, Л. И. Специфика деятельности коммуникантов в межкультурной среде / Л. И. Гришаева. – Воронеж : Науч. книга, 2009. – 262 с.
3. Калинина, Е. Г. Кросс-культурные коммуникации: свежий взгляд / Е. Г. Калинина // Вестн. УГТУ-УПИ. – 2015. – № 9. – С. 125–129.

И. С. Сидорчук

магистр экономики, старший преподаватель

К. В. Шумихина

магистр образования, преподаватель

БГЭУ (Минск)

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК СОВРЕМЕННЫЙ БИЗНЕС-ИНСТРУМЕНТ

Сегодня необходимо признать, что мир вступил в фазу, когда страны стали космополитичными, экономики – глобальными, а отношения в бизнесе – плюрилатеральными. Это создает для участников бизнес-коммуникации как новые возможности, так и новые вызовы.

Одним из таких противоречивых явлений являются межкультурные различия. Так, многонациональный характер рабочей силы позволяет компаниям более полно соответствовать имиджу глобальной или транснациональной организации. Межкультурные различия умело используются маркетологами для таргетированного продвижения продукции и создания креативного рекламного контента, который позволяет успешно завоевывать новые