

voz está siendo fijada en el estandar gracias a la consulta en línea. De hecho, esta voz no esta recogida en el DRAE (2001) publicado en papel. Curioso es que en el DPD (2005) se regula el uso de *internet* con mayuscula inicial y con preferencia de uso en femenino; hoy, en el avance en linea del nuevo DRAE, *internet* se recomienda escrito en minúscula y se consigna como voz sustantiva de genero ambiguo: el o la internet. En apenas dos años la norma académica ha evolucionado. Los profesionales del ambito de la enseñanza del ELE tenemos que consultar los últimos avances en linea para estar al día en la fijación del estándar del español, que luego llevaremos al aula como una modalidad más, como una lengua modélica, a partir de la cual sensibilizaremos al estudiante sobre la variación en español.

Л.И. Банкурова
БГЭУ (Минск)

ФОРМИРОВАНИЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ ТОЛЕРАНТНОСТИ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ

В эпоху все большего увеличения темпов глобализации и интеграции всех жизненных процессов и явлений особое значение приобретает проблема толерантных взаимоотношений между представителями различных культурных сообществ. С другой стороны, наблюдается тенденция к обособлению национальных культур. Понимание этих процессов ведет к необходимости обеспечения гуманных взаимоотношений между представителями разных национальных культур.

Содержание образования должно содействовать взаимопониманию и сотрудничеству между народами вне зависимости от их расовой, этнической, культурной и религиозной принадлежности. Интенсификация международных контактов и интеграционные процессы актуализируют межкультурную коммуникацию.

В современных условиях эффективность процесса межкультурной коммуникации как диалога культур предполагает наличие межкультурной толерантности партнеров-коммуникантов. В силу этого особое значение приобретает проблема формирования межкультурной толерантности студентов, что возможно лишь при наличии гибкого и динамичного комплекса педагогических условий.

Под межкультурной толерантностью следует понимать толерантность, представляющую собой комплекс свойств и способностей личности, позволяющих ей проявлять терпимость, уважение и доброжелательность по отношению к представителям других этнокультурных общностей и, осознавая собственную культурную идентичность, принять и уважать культуру, образ мышления, языковое сознание, нормы поведения, личную свободу и национальные чувства другого участника межкультурной коммуникации.

Формирование межкультурной толерантности студентов возможно лишь при наличии гибкого, динамического комплекса педагогических условий, а именно:

1. Использование делового иностранного языка в качестве основы для реализации обучения деловой коммуникации на толерантной основе. Механизмами реализации первого условия выступают:

- внедрение спецкурса «Деловая коммуникация на толерантной основе»;
- использование аутентичного материала социо-культурного характера;
- игровое моделирование толерантной межкультурной коммуникации;
- проблемное представление языкового материала;
- включение будущих специалистов в виртуальную коммуникацию.

2. Механизмами реализации второго педагогического условия — использования релевантных ситуаций — являются проблемное представление языкового материала и игровое моделирование ситуаций толерантной межкультурной коммуникации.

Использование глобальной сети Интернет предусматривает:

- использование дискурсивного метода;
- включение будущих специалистов в процесс виртуального межкультурного взаимодействия.

Опыт показывает — формирование межкультурной толерантности, ее эффективность зависит от реализации комплекса всех вышеуказанных педагогических условий.

А.М. Баранов

ГГУ им. Ф. Скорины (Гомель)

CRM-СИСТЕМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ КАК ИНФОРМАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

CRM (Customer Relationships Management) — это стратегия компании касательно взаимодействия с клиентами во всех организационных аспектах — рекламе, продаже, обслуживании и т.п. Это стратегия, основанная на наличии единой информационно-коммуникационной базы, которая предполагает мгновенный доступ ко всем сведениям о всех случаях взаимодействия с клиентами.

Для поэтапной реализации CRM-концепции необходимо выполнение