

исходно неконтролируемых действий. Другими словами, из бессознательного выражения внутренних процессов они превращаются в намеренно применяемый язык, который может использоваться в каких-то целях и одновременно читаться как текст. А это уже делает невербальные коммуникации важным средством, дающим доступ не только к тому, что чувствует собеседник, но и к тому, что он думает.

И.В. Щербина
БГЭУ (Минск)

ПОКАЗАТЕЛИ РОСТА АКТУАЛЬНОСТИ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЙ

На пути экономических и политических реформ появились и активно развиваются социальные институты, необходимые для нормального функционирования современной рыночной экономики. Политическая и экономическая открытость дала импульс расширению различных сфер бизнеса. Соответственно возросла интенсивность бизнес-коммуникаций, без которых невозможно сегодня представить нормальную работу коммерческих и государственных структур.

Истоки бизнес-коммуникаций лежат в *public relations*. Можно утверждать, что стабильный успех в бизнесе зависит от людей и деловых связей, которые эти люди создают, поддерживают и развивают.

Бизнес-коммуникации позволяют корпорациям более эффективно осуществлять взаимодействие с внешней средой посредством обмена информацией.

Современные бизнес-коммуникации представляют собой самостоятельную управленческую функцию, эффективное выполнение которой возможно только при профессиональном подходе. Практика показывает, что модель бизнес-коммуникаций наилучшим образом подходит к укреплению репутации и позитивного имиджа компаний, поскольку соединяет в себе преимущества всех технологий работы с целевыми аудиториями: маркетинга, рекламы, PR.

Одним из показателей роста актуальности бизнес-коммуникаций можно считать увеличение количества агентств и компаний, в названии которых присутствует слово «коммуникационный». Многие PR и рекламные агентства переориентируются на оказание широкого спектра услуг в сфере бизнес-коммуникаций, а поэтому тенденция смены названий — это не столько дань моде, сколько показатель реальных изменений в бизнесе и обществе.

Целью бизнес-коммуникаций компании является формирование позитивного корпоративного имиджа, работающего на повышение ее конкурентоспособности на рынке. Он облегчает доступ организации к различным ресурсам: финансовым, информационным, человеческим, материальным.

Формирование и управление корпоративным имиджем становится эффективным при использовании продвинутых технологий бизнес-коммуникаций. К таким технологиям в частности относятся интегрированные маркетинговые коммуникации (*Integrated Marketing Communications*). IMC — это философия и стратегия бизнес-коммуникаций, следуя которой можно вывести на новый качественный уровень все

виды взаимодействия целевыми аудиториями. Стратегия ИМС позволяет превратить набор мероприятий по продвижению, рекламе и PR в эффективную маркетинговую стратегическую политику с привлечением всего арсенала исследовательских и рекламных средств.

Основные правила бизнес-коммуникаций: 1) эффективный диалог между бизнесом и властью возможен при активном участии специалистов по бизнес-коммуникациям; 2) интегрированные коммуникации между представителями различных сфер бизнеса способствуют созданию благоприятного информационного климата для развития бизнеса; 3) приверженность принципам этически ориентированных бизнес-коммуникаций позволяет сформировать активную коммуникационную среду для налаживания плодотворных контактов между корпорациями, общественными организациями, властью и СМИ.

Технологиями бизнес-коммуникаций владеют профессионалы, обмен опытом налаживание плодотворных контактов между которыми будет способствовать укреплению позиций компаний на международном рынке.

Круглый стол ОПЫТ, СТРАТЕГИИ И ПРОБЛЕМЫ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ

О.И. Васючкова
БГУ (Минск)

ESP В СВЕТЕ НОВОЙ ТИПОВОЙ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ ПО ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ В НЕЯЗЫКОВЫХ ВУЗАХ

В соответствии с новыми образовательными стандартами, разработанными Министерством образования Республики Беларусь для высшей школы, предмет «Иностранный язык» включен в цикл социально-гуманитарных дисциплин и претерпел значительные изменения в количественном отношении в сторону уменьшения отво-
БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

БГЭУ. Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.°.

BSEU. Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by> elibr@bseu.by