

ся овладение дискурсным поведением, т.е. поведением во время разговора. Это включает специфику приветствия, обещаний, одобрения/неодобрения, сожаления, извинения, просьб, комплиментов, приглашения, благодарности и т.д.

Обучение диалогу культур применительно к профильному (профессионально ориентированному) обучению иностранному языку является весьма сложной задачей, поскольку предполагает, согласно общепринятому мнению, восприятие иноязычной культуры. Полагается, что для приобщения к инокультуре в процессе занятий по иностранным языкам необходимо следующее: как можно больше выделять ключевые признаки профессиональной иноязычной культуры в предметном, языковом и поведенческом планах; сформировать умения распознавать, воспринимать, и позитивно относиться к проявлениям чужой культуры в профессиональной сфере; привить навыки борьбы со стереотипами, положительно оценивать различия и многообразие; искать и подчеркивать сходство.

Межкультурный подход к обучению иностранному языку предполагает работу с разными сторонами личности учащегося: поведение, чувство, ощущения, ценности и опыт.

*В.С. Оскерко, Н.Г. Токаревская  
БГЭУ (Минск)*

## **СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЙ**

В связи с переходом экономики на рыночные отношения Республика Беларусь столкнулась с проблемой подготовки опытных бизнес-администраторов для разных секторов экономики и направлений бизнеса. Это произошло на четыре десятилетия позже, чем в западных странах, и в этой области приходится преодолевать серьезное отставание.

Создаются различные учебные структуры (бизнес-курсы, бизнес-школы и др.) с разнообразными формами обучения. Учебные программы ориентируются на освоение современных подходов к управлению бизнесом и формирование креативного подхода к решению возникающих проблем и задач. Содержание этих программ охватывает все аспекты бизнеса, в том числе и бизнес-коммуникации.

Бизнес-коммуникации определяют как науку об аспектах общения людей в деловой сфере, факторах обеспечения эффективности деловых контактов. Их можно классифицировать по различным признакам: количеству сторон, участвующих в коммуникации; месту осуществления, предмету, средствам, пространству общения и др. Но реальный процесс бизнес-коммуникации содержит признаки разных видов и представляет собой сложное многоплановое явление с определенным набором норм, правил, приемов общения. Это говорит о многообразии возможных направлений исследования бизнес-коммуникаций.

Осознавая, что информационные технологии (ИТ) — это в высшей степени полезный инструмент в управлении бизнесом, считаем, что в обучении бизнес-коммуникациям должен быть особый акцент на их информационный аспект. ИТ биз-

нес-коммуникации определяются выбранным каналом обмена, используемыми техническими и программными средствами.

В настоящее время используется множество каналов обмена — от телефонного разговора до Web-конференций и систем мгновенных сообщений, и для пользования ими разработано множество технических устройств и программных продуктов. В результате процесс начала коммуникации осложняется проблемой их выбора. Для ее эффективного разрешения следует знать ведущих разработчиков технологичных коммуникационных решений и осуществлять их мониторинг.

Другим определяющим моментом современного этапа развития коммуникаций является возросшая мобильность их субъектов, обусловленная возрастающим темпом деловой жизни и реализацией концепции мобильного офиса. Для упрощения коммуникационного процесса и приближения его к бизнес-процессам в компании должна быть возможность подключения к решению вопроса в любое время нужного субъекта, производя при этом обмен голосом, видео, данными. Для ее реализации служат беспроводные сети, передающие информацию при помощи инфракрасного излучения, радиоволн, оптического или лазерного излучения. Их внедрение создает основу для конкурентных преимуществ.

Распределенность бизнес-сегментов приводит к тому, что коллеги, партнеры, поставщики, клиенты могут находиться на расстоянии сотен и тысяч километров от офиса компании, что требует, во-первых, организации полноценного контакта с ними и, во-вторых, быстрого доступа к нужной информации.

В первом случае применимы современные решения видеоконференцсвязи, а во втором — публикация баз данных в Internet, электронные каталоги продукции/услуг, сайты-визитки, промо-сайты, корпоративные порталы. Корпоративный портал — это Internet-базируемый программно-аппаратный комплекс, предоставляющий сотрудникам компании множество сервисов в бизнес-коммуникации. Это и доступ к единому источнику данных (о клиентах, продажах, договорах, заказах и др.), и публикация информации для клиентов и посетителей, и привлечение пользователей на страницы портала с целью рекламы компании с помощью гостевой книги, публичных форумов, досок объявлений, справочной информации, и on-line консалтинг по технологиям работы компании и др.

Учет вышеописанных характерных черт современного этапа развития ИТ бизнес-коммуникаций, по мнению автора, должен быть непременным условием формирования учебной программы по ИТ для обучающихся по специальности «бизнес-администрирование».

**Ye. A. Peregudova**

*Gorlovka Pedagogical Institute of Foreign Languages (Ukraine)*

## **ESP PROJECTS AT GORLOVKA PEDAGOGICAL INSTITUTE OF FOREIGN LANGUAGES**

The first step to introducing ESP projects at Gorlovka Pedagogical Institute of Foreign Languages was Business English (BE) course. The course was designed at the department of

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

БГЭУ. Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.°.

BSEU. Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by>      [elib@bseu.by](mailto:elib@bseu.by)