

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ КОММУНИКАТИВНОГО МЕТОДА ОБУЧЕНИЯ ДЕЛОВОМУ АНГЛИЙСКОМУ СТУДЕНТОВ НЕПРОФИЛЬНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ПОДГОТОВКИ

Бойко М.В., Леонтьева Д.А.

Россия, Нижегородский государственный университет им. К. Минина
Boyko_mv@mail.ru

Студенты, обучающиеся в вузе по специальности «Менеджмент», в ходе обучения должны достигнуть продвинутого уровня владения иностранным языком. Он должен служить надежным инструментом, помогающим им качественно и эффективно выполнять профессиональные задачи. Вопросы формирования иноязычных навыков студентов-менеджеров были подробно рассмотрены в ряде работ автора [1, 2].

Положительные тенденции в экономике Российской Федерации, связанные с мощным притоком иностранных инвестиций, развитием инфраструктуры, стабилизация социальной обстановки обуславливают необходимость большого количества квалифицированных работников. Планируя по окончании университета трудоустроиться в соответствии с профессией, молодые менеджеры имеют хорошую перспективу трудоустроиться на совместных с иностранцами предприятиях, которых в настоящее время представлено достаточно много на российском трудовом рынке. Здесь требования выдвигаются не только к управленческим качествам выпускников, обязательным условием является уверенное владение иностранным языком. Однако редкий менеджер, выпускник вуза, готов организовать профессиональную иноязычную коммуникацию. Зачастую зарубежные предприятия предпочитают предлагать работу профессиональным переводчикам, переучивая их впоследствии в менеджеров, оставляя настоящих менеджеров невостребованными.

Ведущим методом обучения, отраженным в большинстве современных УМК, применяемых в вузах и других учебных заведениях, является коммуникативный метод. Об эффективности данного метода говорили многие отечественные и зарубежные ученые (И.Л. Бим, Н.Д. Гальскова, Н.И. Гез, Р.П. Мильруд, Е.И. Пассов, Е.Н. Соловова, А.Н. Шамов, С.В. Шатилов, А.Н. Щукин).

Стоит заметить, для студентов-менеджеров воплощение в процессе обучения принципов коммуникативного метода особенно актуально в связи со спецификой профессиональной деятельности будущих специалистов.

Принципы коммуникативного метода отражены в трудах отечественного лингвиста и методиста Е.И. Пассова. В 1985 г. он сформировал пять принципов коммуникативного метода, а именно речемыслительной активности, индивидуализации при ведущей роли ее личностного аспекта, ситуативности, функциональности, новизны. Предлагаю рассмотреть преломление положений принципов коммуникативного метода в обучении студентов управленческих специальностей. Рассмотрим данную теорию согласно работе Е.И. Пассова «Коммуникативный метод обучения иностранному языку» [3].

1. **Принцип речемыслительной активности** предполагает, что основным средством обучения говорению должен выступать речевая практика; урок должен носить речевой характер; упражнения должны быть оречевленными; на занятии необходимо организовывать речемыслительную и коммуникативную активность. Данный принцип должен быть учтен преподавателем и при организации занятий для студентов-менеджеров. Будущий менеджер должен быть общительным, отличаться целеустремленностью, активностью, упорством в достижении целей.

2. **Принцип индивидуализации при ведущей роли ее личностного аспекта** имеет в основе необходимость изучения учителем своих обучаемых, его заинтересованность в их частной жизни, т.к. индивидуализация может являться основой образовательного процесса по иностранному языку, основой для мотивации студентов,

средством индивидуализированного обучения иностранному языку. Учет данного принципа позволяет учащимся развивать интерес к иностранному языку, учиться выражать свои собственные мысли, чувства на иностранном языке как средством самоактуализации.

3. **Принцип функциональности** предполагает, что речевой материал должен быть отобран, обработан и смоделирован с учетом его функциональности. Языковой и речевой материал должен быть ограничен с учетом основных лексико-семантических полей деловой сферы общения, где каждая изученная тема будет являться необходимым ресурсом будущей профессиональной деятельности. Принимая во внимание увеличение доли самостоятельной работы учащихся, необходимо делать упор только на то содержание языкового образования, которое приносит пользу в будущей работе.

4. **Принцип ситуативности** подразумевает, что основой обучения, как и основой отбора и организации материала, является ситуация. Языковой и речевой материал должен презентоваться обучаемым в рамках определенной ситуации, она служит условием формирования языковых навыков и развития речевых умений. Известно, что необходимо создать условия обучения иностранному языку «максимально приближенные к условиям реального общения», поэтому для студентов-управленцев необходимо грамотно подобрать профессионально-значимые ситуации для обучения иноязычному общению.

5. **Принцип новизны выступает** как основа приобретения навыками гибкости, как основа развития динамичности умения, как взаимосвязь новизны, памяти и мышления, как база для развития интереса и продуктивности. Необходимо учитывать на уроках иностранного языка обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент» все положения, описанные Е.И. Пассовым, особенно: а) новизну проблем для обсуждения, содержания обучения; б) смену речевых партнеров; в) использование разнообразных форм занятий – уроков-проектов, уроков – защиты презентаций, уроков-экскурсий, уроков – просмотров фильмов, уроков-дискуссий и т.д.; г) разнообразные формы, приемы и виды работ; д) разнообразию иллюстративной наглядности и технических средств обучения.

Подбирая языковой материал для обучения студентов важно учитывать не только принципы, представленные Е.И. Пассовым в рамках коммуникативного метода обучению иностранному языку, но и профессионально-ориентированные принципы обучения студентов-нелингвистов. Обучение иностранному языку в неязыковом вузе и будет эффективным при выполнении ряда условий: если учитываются индивидуальные личностные и возрастные особенности учащихся; если содержание обучения организовывается в профессионально-направленном русле; если средства обучения согласовываются с его целью; если учитывается принцип комплексной мотивации; если используются развивающие, воспитательные и общеобразовательные возможности иностранного языка; если студенты включены в регулярную иноязычную деятельность в четырех видах речевой деятельности; если погружение в иностранный язык происходит не исключительно в рамках университетских занятий, но и во внеурочное время – просмотр фильмов и чтение литературы; если обучение студентов-нелингвистов опирается на аппроксимацию и привлечение к иноязычной речи компенсаторных умений для преодоления возможных коммуникативных трудностей.

В 2002 г. на международной конференции «МВА: новый манифест» были представлены результаты опроса обучающихся по программе МВА в разных странах на предмет темы «успешный менеджер». Рейтинг главных компетенций преуспевающих менеджеров выглядел следующим образом: 1. Искусство взаимодействия и общения; 2. Умение слушать и понимать других; 3. Умение справляться со стрессом; 4. Умение отдавать распоряжения и контролировать работу других; 5. И только потом понимание стратегии компании, аналитические способности, владение тактикой власти, корпоративной культурой и пр. [4, с. 5].

С целью определения качеств «идеального» менеджера было проведено маркетинговое исследование среди 587 руководителей компаний в г. Казани. Согласно результатам опроса, менеджер должен совмещать в себе устойчивость к стрессам, эмоциональность, уверенность в себе, нестандартность и гибкость мышления, находчивость, альтруизм, способность быстро ориентироваться, энергичность, духовность, нравственность, стремление к самосовершенствованию, память, интуицию и др. Очевидно, что в сфере управления максимально востребованы качества личности, обеспечивающие специалисту эффективное общение, в том числе иноязычное.

Если преподаватель в своей деятельности при работе со студентами менеджерами учитывает принципы ситуативности и новизны, речемыслительной активности, функциональности и индивидуализации при ведущей роли ее личностного аспекта, обучающие могут достигнуть не только высокого уровня владения иностранным языком, но и сформированности качеств личности, востребованной в профессиональной сфере менеджмента.

А.Н. Шамов отмечает: «Знание тонкостей делового этикета, уверенное общение с иностранными партнерами, хорошее владение правилами написания деловых писем, разных по жанру и по стилистике, успешность на собеседованиях и переговорах являются жизненно необходимыми навыками и умениями в современной деловой среде. Все эти навыки и умения позволяют деловому человеку, бизнесмену, результативно решать широкий круг прагматических задач в экономической сфере деятельности» [5].

Таким образом, на основе принципов коммуникативности можно проследить развитие коммуникативной успешности студентов-менеджеров. В рамках делового общения специалисты обсуждают конкретные профессиональные реалии – согласовывают цены и качество продукта, условия поставок и порядок оплаты – поэтому ситуативность и функциональность, ситуации и поведение собеседника могут меняться – здесь пригодится и новизна для умения работать в динамично-развивающейся ситуации переговоров, и активность как основа инициативности в разговоре и управлении переговорами, и функциональность, т.к. рабочие ситуации охватывают конкретное содержание и нуждаются в скорейшем разрешении.

Очевидно, что учет принципов коммуникативного метода обучения способствует развитию и воспитанию личности будущего управленца, формированию его профессионального сознания, ведь формируется специалист, который готов принимать необходимые управленческие решения, и использовать иностранный язык как инструмент для решения профессиональных задач.

Литература

1. Бойко М.В., Леонтьева Д.А. Иноязычная коммуникативная успешность как показатель владения иностранным языком студентами управленческих профилей // Державинский форум. 2019. Т. 3. № 10. С. 92-100.
2. Бойко М.В. Структура понятия коммуникативной успешности студентов управленческих специальностей на занятиях по иностранному языку // Научная дискуссия: вопросы филологии и методики преподавания иностранных языков. Нижний Новгород, 2018. С. 25-29.
3. Пассов Е.И. Коммуникативный метод в обучении иноязычному говорению. М., 1991.
4. Банчева А.А. К вопросу о маркетинговой политике предприятия (маркетинговая политика в теории и практике) // Маркетинг в России и за рубежом. 2011. № 6. С. 14-23.
5. Ким О.М., Шамов А.Н. Формирование компетенции межкультурного делового спора в сфере профессиональной деловой коммуникации: содержательные и технологические аспекты // Вестник Мининского университета. 2019. Т. 7. №2. С. 2.