

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
“Оренбургский государственный университет”

Кафедра иностранных языков гуманитарных
и социально-экономических специальностей

С.Г. ИВАНОВА

РАЗВИТИЕ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ

Рекомендовано к изданию Редакционно-издательским советом
государственного образовательного учреждения высшего профессионального
образования "Оренбургский государственный университет"

Оренбург 2008

УДК 800:37(076.5)
ББК 81.2-923
И 20

Рецензент
кандидат филологических наук, доцент Л.Ф. Мачнева

Иванова С.Г.
И 20 **Развитие коммуникативной компетентности в деловом общении: методические рекомендации для преподавателей / С.Г. Иванова - Оренбург: ГОУ ОГУ, 2008 – 51 с.**

Методические рекомендации предназначены для преподавателей иностранных языков студентам неязыковых специальностей по развитию коммуникативной компетентности студентов университета в деловом общении на иностранном языке.

Методические рекомендации состоят из 5 разделов, в которых даны теоретические и практические обоснования и структурная модель развития коммуникативной компетентности студента в деловом общении на иностранном языке. В рекомендациях представлены отдельные практические разработки из методического обеспечения по развитию коммуникативной компетентности в деловом общении на иностранном языке. В приложениях к методическим рекомендациям даны тесты для определения уровня развития коммуникативной компетентности студента в деловом общении и материалы справочного характера.

ББК 81.2-923

© Иванова С.Г., 2008
© ГОУ ОГУ, 2008

Содержание

Введение.....	5
1 Особенности развития коммуникативной компетентности студента в деловом общении	6
2 Оценка коммуникативной компетентности студента в деловом общении.....	9
3 Структурная модель развития коммуникативной компетентности студента в деловом общении	11
4 Учебно-методическое обеспечение процесса развития коммуникативной компетентности студента в деловом общении.....	17
Список использованных источников.....	35
Приложение А.....	36
Reading Test.....	36
Приложение Б.....	44
British and American Financial Terms.....	44
Приложение В.....	46
Countries and Currencies.....	46
Приложение Г.....	47
Common abbreviations used in business.....	47
Приложение Д.....	49
Common job titles.....	49
Приложение Е.....	51
E-mail made easy.....	51

Введение

Модернизация отечественного образования вызванная, вхождением России в Болонский процесс, интеграцией в мировое образовательное пространство, политическим и цивилизованным выбором России, актуализирует процесс развития академической мобильности как одного из важнейших условий реализации прав личности на качественное образование. Инструментом осуществления данного принципа является развитие коммуникативной компетентности студента университета на иностранном языке. Коммуникативная компетентность студента университета в деловом общении на иностранном языке актуализирует вхождение специалиста в профессиональную деятельность. Наряду с общими требованиями работодателей к выпускникам вуза выросли и специфические требования, такие как: информационная компетентность и владение деловым общением на иностранном языке. В стране значительно вырос интерес к изучению иностранного языка (особенно английского) как средству международного общения, необходимому для реальной жизнедеятельности и профессионального самоопределения в условиях высокой конкуренции на рынке труда.

Развитие коммуникативной компетентности в деловом общении расширяет различные типы знаний студента такие как: системные, коммуникативно-прагматические, лингвокультурологические и специальные.

Существуют основные проблемы в овладении студентами мастерством делового общения: неумение пользоваться профессиональной терминологией; незнание бизнес культуры и бизнес этики, риторики делового общения; отсутствие логики, убедительности, неумение корректно и доказательно отстаивать свою точку зрения, дискутировать; неспособность коллективно обсуждать и принимать решения. Парадокс заключается в том, что именно специалистам - выпускникам неязыковых специальностей приходится в первую очередь общаться на иностранном языке в профессиональной области и они, прежде всего, нуждаются в развитии умений и целенаправленной подготовке в деловом общении.

Основная цель данных методических рекомендаций для преподавателей иностранного языка – представить анализ педагогической теории и практики обучения деловому общению студентов неязыковых факультетов вузов, раскрыть их сущность и содержание. В пособии представлена структурная модель развития коммуникативной компетентности в деловом общении и организационно-педагогические условия, обеспечивающие успешность и эффективность её развития. Методические рекомендации помогут преподавателям иностранного языка неязыковых факультетов вузов в плане самообразования. Данное пособие способно восполнить дефицит учебной литературы, необходимой для повышения профессиональной компетентности преподавателей иностранного языка, работающих на неязыковых факультетах вузов.

1 Особенности развития коммуникативной компетентности студента в деловом общении

Полноправным предметом педагогического исследования *компетентностный подход* как *критерий* профессиональной компетентности становится с 1990 по 2001. В этот период в материалах ЮНЕСКО приводится круг основных компетенций, которые рассматриваются как *результат образования*. В 1996г. Совет Европы вводит понятие «*ключевые компетенции*», которые должны способствовать сохранению демократического общества, мультилингвизма, соответствовать новым требованиям рынка труда и экономическим преобразованиям и общекультурным ценностям [1] (таблица1).

Таблица 1 -Базовые компетенции Совета Европы

Базовые компетенции:
<i>политические и социальные</i> — способность брать на себя ответственность, участвовать в совместном принятии решений, регулировать конфликты ненасильственным путем, участвовать в функционировании и улучшении деятельности демократических институтов;
<i>межкультурные</i> - жизнь в поликультурном обществе, уважение друг к другу, способность жить с людьми других культур, языков, религий, отсутствие расизма или ксенофобии к иностранному образу жизни, идеям, мировоззрению, толерантности;
<i>коммуникативные</i> - владение устной и письменной коммуникацией, необходимой в работе и в общественной жизни; владение несколькими языками, принимающее все возрастающее значение;
<i>социально-информационные</i> - владение информационными технологиями, понимание их применения, их силы и слабости, способность критически относиться к распространяемой по каналам СМИ информации и рекламе;
<i>персональные</i> — способность учиться на протяжении жизни как основа непрерывного обучения в лично-профессиональной и социальной жизни.

В «Стратегии модернизации содержания общего образования», разработанной в 2000 году выделены основные характеристики базовых компетентностей и представлены (таблица 2).

Таблица 2 – Основные характеристики базовых компетентностей

Характеристики ключевых компетентностей:
<i>многофункциональность</i> – решение различных проблемы повседневной,
Продолжение таблицы 2
профессиональной или социальной жизни с целью решения сложных задач в различных ситуациях;
<i>надпредметность и междисциплинарность</i> – применимость в различных ситуациях и сферах жизни человека;
<i>многомерность</i> – включение различных умственных процессов и интеллектуальных умений (аналитико-синтетических, критических, коммуникативных), «ноу-хау» и здравого смысла;
<i>интеллектуальное развитие</i> : абстрактное мышление, саморефлексия, определение собственной позиции, самооценка, критическое мышление.

В качестве образовательных результатов при организации процесса развития коммуникативной компетентности студента университета в деловом общении выступают:

- высокий уровень коммуникативной компетентности, характеризующийся наличием различных типов знаний, умений и ценностных отношений, а также индивидуальными способностями студента университета, его высокой мотивацией к непрерывному самосовершенствованию и самообразованию, целеполаганию и целедостижению;
- высокий уровень развития творческих коммуникативных умений, обеспечивающих накопление информации в деловом общении и успешность самого процесса делового общения;
- высокий уровень коммуникативной компетентности в специальных знаниях, личностный опыт в профессиональном самоопределении.

Следует отметить, что *деятельностная (праксеологическая)* составляющая коммуникативной компетентности студента университета в деловом общении включает в себя как общие предметные, так и специальные умения. *Умение – это возможность выполнять действия в соответствии с целями деятельности и задаваемыми условиями.*

Иерархия различных типов умений ведения делового общения включает в себя (предметные, аналитико-синтетические, проективные и специальные). *Предметные умения различаются на познавательные, практические, организационные, оценочные и рефлексивные. Специальные умения используются для решения широкого круга задач профессионального самоопределения.*

Развитие *деятельностной составляющей коммуникативной компетентности* студента университета в деловом общении достигается при соблюдении следующих педагогических принципов: коммуникативности, интеграции и аксиологизации. Основными критериями определения уровня сформированности *различных типов* умений студента в деловом общении выступают: репродуктивность, продуктивность, творчество, *степень осознанности* выполнения действий в целом. При этом следует помнить, что принципиально новые виды коммуникативной компетентности в деловом общении для успешности своего выполнения предполагают развитие новых умений, компетенций и ценностных отношений. Для нашего исследования особый интерес представляет определение одного из видов компетентности *коммуникативной* – как личностной *готовности к организации коммуникативной деятельности адекватно ситуациям делового общения (по цели, форме, содержанию, ролевым отношениям) на основе знаний, умений, личностного опыта и ценностных отношений, ориентированных на успешное самостоятельное участие в профессиональной деятельности*. Коммуникативная компетентность в процессе общения и делового, в частности, включает в себя следующие умения: а) быть внимательным, б) быть терпимым к различиям в ведении делового общения; в) быть эмоционально гибким: осознавать цель делового общения; 3) быть адаптивным, эмпатийным, адекватно интерпретировать поведение других и себя в контексте смысло-порождающей коммуникативной компетентности.

Адаптивные умения (адаптивность) предполагают компетентность в применении различных языковых форм, средств, стилей характерных для ведения делового общения и формального поведения. *Осознанность* применения различных типов знаний и умений в деловом общении предполагает не только открытость субъекта к новой информации, но и способность образовывать новые понятия (*тезаурус*) и законченный коммуникативный продукт (*дискурс*), глубоко осознавая смыслы коммуникативного взаимодействия.

Эмпатия в процессе делового общения включает в себя когнитивные (думанье, мышление), аффективные (чувства) и коммуникативные (внимательное слушание и слышание других, понимания их чувств, точки зрения) компоненты.

Аксиологическая составляющая коммуникативной компетентности личности студента в деловом общении позволяет соотнести окружающую действительность с его взглядами, представлениями, убеждениями, идеалами, системой ценностных отношений, норм, принципов, идеалов, установок и особенностями их взаимодействия в условиях делового общения.

В структуре развития коммуникативной компетентности *аксиологическая составляющая* представляет систему ценностных отношений субъекта, которая характеризует личность и её готовность к целеполаганию, целедостижению, рефлексии, профессиональному самоопределению в достижении поставленных целей в деловом общении. *Аксиологическая составляющая* коммуникативной компетентности личности студента университета опирается на систему ценностных отношений к *содержанию лингвообразования* в целом и делового общения, в частности [1].

2 Оценка коммуникативной компетентности студента в деловом общении

Исходя из структуры коммуникативной компетентности студента, объектом тестирования и оценки выступают её критерии: *информационно-когнитивный* аспект (различные типы знаний); *деятельностный аспект* (различные типы умений); *мотивационно-ценностный аспект* (ценностные отношения и мотивы поведения), а также использование иностранного языка в самостоятельной образовательной деятельности в *деловом общении* (дополнительное чтение оригинальной литературы по будущей специальности, поиск специальной информации в Интернете, общение с зарубежными сверстниками по электронной почте, участие в исследовательских проектах и др.).

Сложность тестирования этих знаний заключается в том, что количественные измерения коммуникативной компетентности студента в деловом общении связаны с трудностями в оценке коммуникативного поведения и самостоятельных продуктов коммуникативной деятельности на иностранном языке. Главное состоит не в *количестве* материала, который студент запомнил на языке или о языке, а в *качестве* коммуникативных языковых продуктов (дискурсов) созданных студентом. Качество речемыслительных процессов особенно важно при оценке продуктивных видов коммуникативной деятельности, где «объем знаний» оказывается менее важным, количественная оценка крайне затрудненной и где главное внимание обращается на *качество владения языковыми средствами* как орудиями мысли в процессе достижения поставленной продуктивной коммуникативной цели. В связи с этим, уровень развития коммуникативной компетентности в деловом общении намного удобнее оценивать по критериям, а не выводить в баллах (например, «мысль выражается четко», «речь подвижна», «высказывание логично», «лексическое наполнение адекватно», «грамматическое оформление правильное и т.д.)

Еще труднее измерить и оценить уровень развития коммуникативной компетентности в деловом общении на иностранном языке. Между тем, именно, здесь овладение деловым общением выступает ценностью для студента, повышает мотивацию развития его коммуникативных умений и актуализирует его профессиональное самоопределение. Одним из предлагаемых способов оценки данного компонента предметной компетенции является оценка «портфеля личностных достижений», т. е. всего накопленного материала, свидетельствующего об использовании иностранного языка в студенческих проектах и во внеаудиторной самостоятельной деятельности (наблюдение за языковыми явлениями в специальной аутентичной литературе по деловому общению и в найденном материале из Интернет ресурсов и образовательных сайтов) [2].

Оценка проектов и продуктивной коммуникативной деятельности студентов позволяет сделать вывод о «компетентности», т.е. о способности продуктивно использовать имеющиеся знания на соответствующем языковом уровне (elementary, pre-intermediate, Intermediate, advanced, proficient).

Таким образом, коммуникативная компетентность по иностранному языку может быть оценена количественно (языковые знания), качественно (виды речевой деятельности – коммуникативные умения), и «компетентностно», т.е. в том или ином виде продуктивной коммуникативной деятельности в деловом общении на иностранном языке. В сложившейся мировой практике языковые знания как составляющая предметной компетенции, а также различные виды речевой деятельности (говорение, чтение, слушание и письмо) оцениваются количественно с помощью тестов. Это соответствует положению о том, что любое «качественное» явление можно оценить «количественно» с помощью шкал и баллов, однако при этом теряется важная информация. Анализ показывает, что многие тестовые задания на чтение и слушание студенты выполняют хотя и с одинаковым результатом, но по-разному и качественный уровень их мыслительных операций остается без оценки. Можно сделать вывод, что предметная компетентность студента пока еще оценивается преимущественно количественно. Качественный анализ владения языком как средством коммуникативной компетентности в нашем случае в деловом общении во многих случаях остается без глубокой оценки.

Без оценивания остается также «прирост» компетенций студента, которые нередко измеряются «на данный момент». Большой и напряженный труд преподавателя и студента, результатом которого стал пусть скромный в целом, но явный рост знаний, нередко игнорируется. Неслучайно, в Едином Европейском Стандарте языковых знаний учащихся (Common European Framework), большое внимание уделяется *замерам исходного уровня компетентности учащихся* (benchmarking) [3].

Наилучшим способом аттестовать готовность студента к применению иностранного языка в реальной продуктивной коммуникативной деятельности и непрерывному личностному росту в ряде стран считается участие студентов в разнообразных языковых проектах, связанных с их будущей профессиональной деятельностью а также конфиденциальная характеристика (confidential reference), направляемая по месту требования. На основании этой характеристики можно сделать вывод о том, насколько студент компетентен в иностранном языке, готов к продуктивной коммуникативной устной или письменной деятельности и способен к непрерывному образованию. О готовности студента к непрерывному лингвообразованию лучше всего свидетельствует «языковой портфель». Разумеется, и языковые проекты и другое содержание языкового портфеля студента оценивается, прежде всего, качественно. Сказанное означает, что коммуникативная компетентность в лингвообразовании и в деловом общении, в частности, может быть оценена как *количественно* (предметная компетенция), так и *качественно* (деятельностная и развивающая компетенция) [4].

3 Структурная модель развития коммуникативной компетентности студента в деловом общении

В процессе развития коммуникативной компетентности важным фактором выступают *организационно-педагогические условия* и имеют большое значение в ориентации личности в знаниях как ценностях в деловом общении и в развитии положительных установок и мотивов. К условиям следует отнести: общественное признание такой ценности, как коммуникативная компетентность и осмысление студентами ценности овладения знаниями и умениями в деловом общении на иностранном языке. Студенты осознают важность получения и применения знаний с целью профессионального самоопределения и развития коммуникативной компетентности для установления контактов с зарубежными специалистами и носителями языка в условиях рыночной экономики, конкуренции, образования совместных предприятий и вступления России в ВТО. Особое значение приобретает подготовленность преподавателя к работе со студентами по развитию ценностных отношений в рамках содержания лингвообразования и делового общения и установление доверительных отношений, атмосферы сотрудничества, создание ситуаций успеха между преподавателями и студентами.

Сдвиг мотивов в поведении и отношении на изучение делового общения и развитие коммуникативной компетентности на иностранном языке как ценности выступает *принцип аксиологизации*. Развитие коммуникативной компетентности и делового общения выступают ценностью и целью для студента.

Цель выступает как движущая сила, следовательно, развитие коммуникативной компетентности студента в деловом общении и должно быть целью педагогического взаимодействия студента и преподавателя университета. Чтобы сделать сам процесс эффективным, необходимо, чтобы были выработаны познавательные мотивы, совпадающие с образовательной целью. Если отсутствует это совпадение, необходим сдвиг мотива на цель, а затем развития этого мотива. Вместе с этим, сдвиг мотива на цель ведет к повышению ценности изучения иностранного языка. Следовательно, совпадение мотивов с целью и *сдвиг мотивов на цель – на развитие коммуникативной компетентности в деловом общении студента университета* выступают ценностью и основополагающим принципом. Деловое общение как форма коммуникативной деятельности относится философами к жизненно важным ценностям.

Ценностью для студента различные типы знаний и информация в деловом общении, которой обмениваются специалисты на иностранном языке.

Развитие гуманистической направленности личности студента на получение знаний с целью самоутверждения и профессионального самоопределения, становится фактором, порождающим потребности в образовательных ценностях, при которых происходит сдвиг мотивов на цель, на развитие коммуникативной компетентности студента в деловом общении и

способствует достижению этого результата. *Показателями и критериями развития коммуникативной компетентности* студента в деловом общении будут *знания, умения, личностный опыт, ценностные отношения, готовность и реализация самостоятельной успешной коммуникативной деятельности.*

Другим регулирующим фактором эффективности развития *коммуникативной компетентности* студента в деловом общении и профессиональном самоопределении выступает развитие самосознания, самоконтроля уровня знаний и коммуникативных умений. Интегрирующим способом самосознания является «Я – концепция». Таким образом, направленность личности на развитие коммуникативной компетентности в деловом общении будет способствовать целеполаганию и целедостижению на основе компетентностного подхода. Регулирующим средством коммуникативной и творческой активности студента университета является самосознание. Уже в стенах вуза целесообразно создавать организационно-педагогические условия: ситуации успеха для реализации коммуникативного целеполагания и целедостижения. Профессиональное самоопределение студента университета, как ценностное отношение к деловому общению, выражается в наличии сложившейся и постоянно развивающейся системы мотивов, личностных смыслов, целей и ценностных отношений.

Под эффективными *организационно-педагогическими условиями* мы понимаем совокупность факторов, способствующих развитию коммуникативной компетентности студента в деловом общении на основе *принципов коммуникативности, интеграции и аксиологизации* процесса обучения деловому общению в рамках *компетентностного подхода.*

Модель развития коммуникативной компетентности студента университета в деловом общении обобщает основные группы принципов (коммуникативности, интеграции и аксиологизации). Коммуникативная компетентность студента университета будет эффективно развиваться в деловом общении, если:

- создаются ситуации успеха и оказывается воздействие на интеллектуальную, эмоциональную и поведенческую сферы личности с целью педагогического стимулирования мотивации, самовоспитания и саморазвития её коммуникативных знаний, умений, личностного опыта и ценностных отношений;
- осуществляется включение студентов в деловое интерактивное общение и развитие внутренней коммуникации посредством эмоционально-мыслительного переноса в ситуацию самоинструкции, самоконтроля и самоанализа;
- создаются условия учебного диалога и учебного текста в контексте делового общения с целью внутреннего порождения смыслов и внутренней коммуникации – как нового речевого продукта личности (М.М. Бахтин, В.С. Библер, Ю.В. Сенько) [5, 6, 7];
- реализуется аксиологизация содержания лингвистического образования и делового общения, в частности, на основе интеграции различных типов знаний и умений.

На основании исследования уровня развития коммуникативной компетентности студента университета в деловом общении можно планировать экспериментальную работу, целенаправленно применять психолого-педагогические методики и условия, предвидеть и прогнозировать результаты.

Как показывает наше исследование, *развитие коммуникативной компетентности* студента университета в деловом общении закладывает основы развития личности с заданными свойствами на основе *компетентного* подхода, включающего:

- 1 *Общие, универсальные* свойства личности студента: профессиональное самоопределение, психологическую готовность к деловому общению, вежливость, эмпатию, ценностные отношения, мотивы и установки. *Специальные свойства*, характеризующие внутреннюю структуру коммуникативной компетентности студента в деловом общении.
- 2 *Познавательные* свойства, позволяющие личности воспринимать, понимать и изучать окружающую действительность, в том числе других людей и самого себя. Этому свойству характерен интерес к познанию всего окружающего, стремление развивать у себя *готовность* к взаимопониманию, *принятию* деловых партнеров такими, какие они есть, не стремясь их изменить; *идентификации* себя с другими людьми; экспрессивные свойства – характеризуют *выразительность и убедительность личности*, что позволяет ей быть понятой другими людьми, для этого необходимы *требовательность к себе и людям, тактичность и вежливость, выдержка и терпение, настойчивость и убежденность в принятии решений и волевые свойства личности*.

В характеристику специальных коммуникативных умений студента университета входят также коммуникативные знания и умения и профессиональное самоопределение личности.

Организационно-педагогические условия развития коммуникативной компетентности студента университета в деловом общении представляют собой *вариативный* аналог в условиях *инвариантного лингвистического образования в университете*, ограниченного рамками рабочей программы по дисциплине «Иностранный язык». Условия обучения в университете в большей мере, чем в любом другом неязыковом вузе, требуют от студентов способности к самостоятельной организации учебной деятельности, способности трудиться. Важно развивать у студентов целостную структуру будущей коммуникативной компетентности в деловом общении во взаимосвязи всех ее составляющих. Иностранный язык должен стать средством к получению профессиональных знаний и профессиональному самоопределению (таблицы 3,4).

Таблица 3 – Типологизация умений на иностранном языке

Типы умений	Содержание умений	Рекомендуемый уровень
1	2	3
I репродуктивные	чтение, аудирование, перевод адаптированных текстов;	начальный/ базовый

Продолжение таблицы 3

1	2	3
	<ul style="list-style-type: none"> – диалоги по образцу и с элементами подстановки; – реферирование и аннотирование адаптированных текстов; 	
II продуктивные	<ul style="list-style-type: none"> – чтение, перевод и аудирование аутентичных текстов; – самостоятельный речевой продукт (дискурс); – реферирование и аннотирование аутентичных текстов; – запрос и представление информации; 	средний/ бакалавриат
III творческие	<ul style="list-style-type: none"> – чтение, аудирование, прямой и обратный перевод аутентичных текстов по деловому общению; – написание резюме, заявлений о приеме на работу, электронных сообщений и всех видов деловых писем; – презентация на иностранном языке; 	высокий/ допквалификация
IV креативно - проективные	<ul style="list-style-type: none"> – развитая коммуникативная компетентность в деловом общении; – ведение переговоров и презентаций; - сдача сертификационных экзаменов IELTS /TOEFL; 	продвинутый/ компетентностный

Таблица 4 - Типологизация знаний в развитии коммуникативной компетентности студента университета

Типы компетенций	Типы знаний	Уровни развития к/к
1	2	3
1 Лингвистическая	Лексико-семантические знания	Вербально-семантический уровень

Продолжение таблицы 4

1	3	3
2 Социолингвистическая и дискурсивная	Грамматические знания	Лингвокогнитивный уровень
3 Стратегическая	Коммуникативные знания	Мотивационный уровень
4 Социо-культурная и социальная	Социо-лингвистические знания	Мотивационно-ценностный уровень

Основные структурные компоненты процесса развития коммуникативной компетентности студентов университета в деловом общении отражены в интегративной модели (рисунок 1).

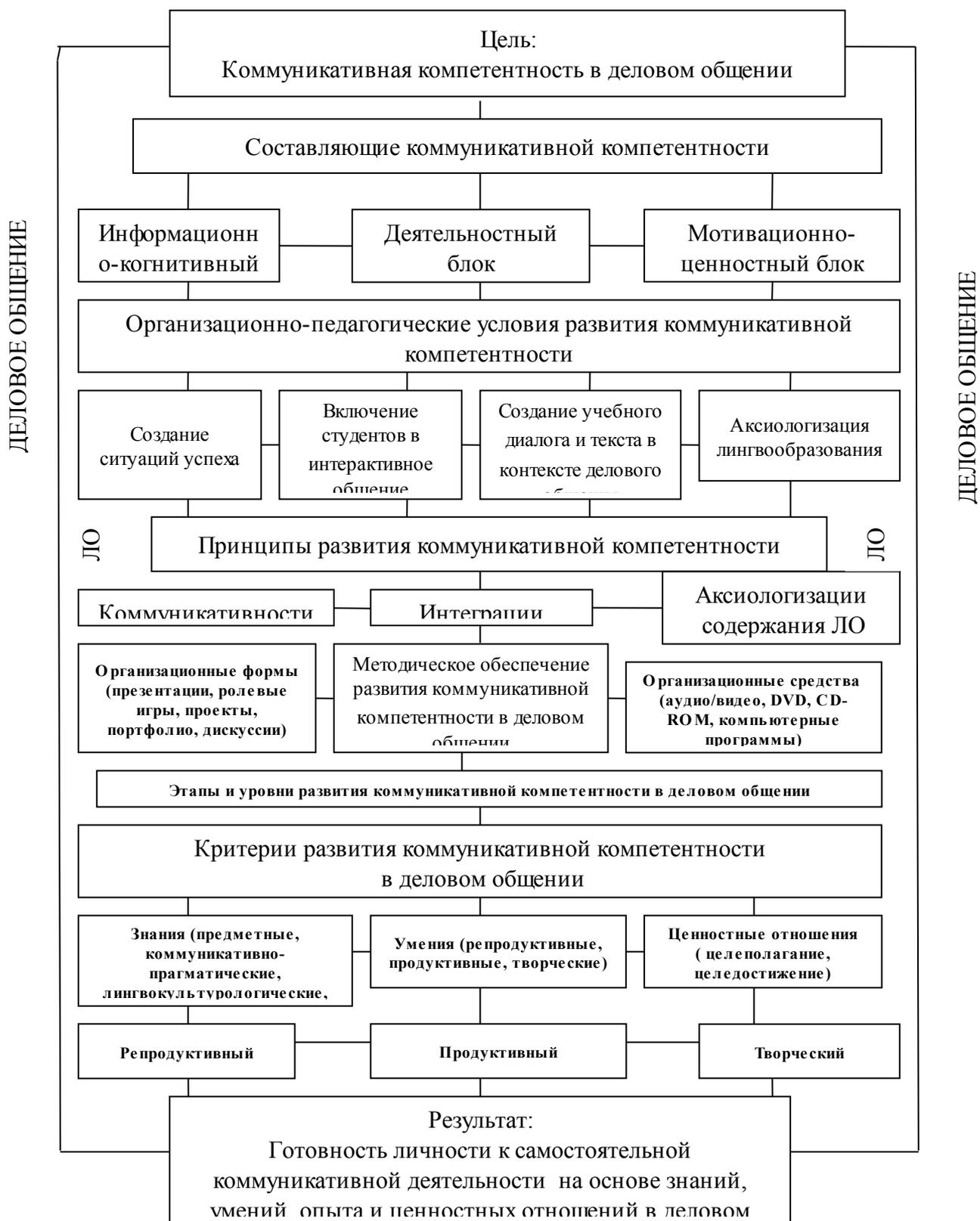


Рисунок 1 - Модель развитие коммуникативной компетентности студента

4 Учебно-методическое обеспечение процесса развития коммуникативной компетентности студента в деловом общении

В методическое обеспечение процесса развития коммуникативной компетентности студента в деловом общении входили:

1 Учет основных этапов развития коммуникативной компетентности личности в деловом общении, их сущностные характеристики.

2 Учет основных компонентов коммуникативной компетентности личности (когнитивного, эмотивного, деятельностного).

3 Активизацию механизмов развития коммуникативной компетентности студента в деловом общении.

Опытно-поисковая часть исследования опиралась на разработанную под руководством автора модель развития коммуникативной компетентности студентов университета, реализация которой основывалась на содержательном потенциале выделенных педагогических условий.

На основе выделенных критериальных показателей нами были конкретизированы уровни развития устной (дискуссии, доклады, презентации, чтение) и письменной (понимание и написание различного рода деловой документации) форм коммуникативной компетентности студентов университета.

Первый уровень (низкий) предполагал умение получать информацию из адаптированного текста или устной дискуссии по профессиональной тематике, понимать собеседника и изъясняться адекватно ситуации (репродуктивные умения).

На втором (среднем) уровне развития коммуникативной компетентности предполагалось, что студенты были способны не только поддержать дискуссию адекватно целям ситуации делового общения, но и суметь подготовить самостоятельное речевое высказывание (продуктивные умения); обобщить и реферировать прочитанный материал и создать собственный образовательный продукт, используя разные стили (формальное и неформальное общение).

Третий (высокий) уровень развития коммуникативной компетентности предполагал развитую способность и готовность к творчеству, то есть коммуникативному переносу, продуктивную рефлексию и широкий спектр коммуникативных умений, реализуемых, в том числе, в пространстве Интернет-общения. (продуктивные умения)

На кафедре разработана программа по спецкурсу «Деловой английский» для студентов третьего курса для специальности: «Маркетинг», который способствовал развитию коммуникативной компетентности студентов университета в деловом общении. Целями и задачами спецкурса было не только совершенствовать общее и языковое образование студентов в деловом общении, но и побуждать их к речетворчеству в смоделированных профессионально-ориентированных **конкретных ситуациях**. Кроме того, развивались умения и готовность к публичному выступлению: сообщение, доклад, презентация, дискуссия; умение самостоятельно работать со

специальной литературой на иностранном языке с целью получения профессиональной информации; знакомство с основами реферирования, аннотирования и перевода литературы по специальности; развивались основные навыки делового письма для подготовки публикаций и ведения деловой переписки в режиме «онлайн». Все это способствовало активизации познавательного интереса, самостоятельности в получении знаний, повышению мотивации к приращению знаний по деловому общению, приобретению ценностных смыслов, отношений и ориентаций в профессиональном самоопределении средствами иностранного языка.

Организационные формы развития коммуникативной компетентности в деловом общении

Программа спецкурса «Деловой английский» предполагает обучение студентов культуре делового письма, овладение речевым этикетом в деловом общении. Обучение проходило с использованием проектной методики и разработкой коммуникативно-лингвистических и исследовательских проектов.

Развитие коммуникативной компетентности в деловом общении проходило эффективнее за счет использования креативно-ценностных методик в образовательном процессе университета таких форм и методов актуализации делового общения как: учебный диалог, личностно-ориентированные коммуникативные задания; метод проектов, критического мышления, коммуникативных тренингов; поиска, оценки, выбора, проекции.

В личностно-деятельностном и когнитивном контексте развития коммуникативной компетентности в деловом общении студентам предлагалось выполнение практических заданий-проектов. (Е.С. Полат) [8].

В основе метода проектов лежит развитие критического мышления, познавательных навыков обучаемых, умений самостоятельно конструировать свои знания и ориентироваться в информационном пространстве. Метод проектов позволил студенту активизироваться и ориентироваться на самостоятельное решение проблем. Он заключался в том, чтобы стимулировать интерес студентов к определенным проблемам, разрешение которых предполагало владение некоторой суммой знаний, и через проектную деятельность, предусматривающую решение одной или целого ряда проблем, показать практическое применение полученных знаний. Работа студента над проектом означала осознание своего опыта, своего потенциала с целью выработки реального проекта.

Во-первых, проект был четко ограничен во времени; во-вторых, имел уникальность – наличие образовательного продукта (презентация в Power Point), который создавался в ходе проекта; имел временные рамки: начало и конец (например, «разработать проект совместного регионального предприятия с зарубежными инвесторами и сделать его презентацию и получить зачет»).

Дидактической ценностью этого метода являлось то, что он позволял индивидуализировать учебный процесс и сделать его более интенсивным, и предоставлял студентам возможность выбрать свой темп продвижения к конечным результатам обучения, а также расширить когнитивный и социокультурный аспект коммуникативной компетентности, а именно иметь

представление о региональном рынке уже имеющихся предприятий и компаний, и необходимости в создании новых.

Совершенно очевидно, что такое обучение предполагает отказ от традиционно доминирующей роли преподавателя в процессе присвоения знаний и опыта обучающимися. Роль преподавателя при выполнении проектов, безусловно, меняется. Он консультирует, мотивирует, сотрудничает, наблюдает. На наш взгляд помощь студентам при работе над проектом должна выражаться не в передаче знаний и умений. Их набор студент должен был освоить на занятиях, предшествующих работе над проектом. Преподаватель, помимо совместной со студентами итоговой оценки образовательного продукта проектной деятельности, должен отслеживать такой результат, как развитие личностных качеств обучающихся: рефлексии, самооценки, умения делать осознанный выбор и осмысливать его последствия. Таким образом, в какой бы роли не выступал преподаватель, на любом этапе работы над проектом он выполнял функцию содействия (сотрудничества, сопровождения, сопереживания успехам и неудачам своих студентов).

Метод проектов позволяет преподавателю моделировать в сотрудничестве со студентами педагогические ситуации, развивающие их личностный, деятельностный и нравственно-ценностный аспекты на основе различного предметного содержания. В свою очередь, в конкретной деятельностной ситуации в процессе коммуникации как проявляются, так и развиваются компетенции. Поэтому метод проектов является наиболее очевидным способом развития ключевых компетенций личности, поскольку универсален по отношению к предметному содержанию и эффективен, что показывает мировая педагогическая практика. Определяющей ролью метода проекта в компетентностном поведении принадлежит развитию таких *личностных качеств*, как инициативность, ответственность, креативность, способность адекватно оценивать последствия своих и чужих действий, толерантность, отзывчивость, чуткость, умение работать в команде и др.

Метод проектов выступал как одна из эффективных интерактивных форм развития коммуникативных умений студентов в деловом общении и практически каждая изучаемая тема заканчивалась либо презентацией в Power Point, либо групповым или индивидуальным проектом, что способствовало развитию готовности к самостоятельному исследованию проблем, повышало мотивацию успеха, личностных достижений, умению и готовности работать в команде, и коллективному сотрудничеству.

Организация презентаций и проектной деятельности в деловом общении на занятиях иностранного языка помогала успешному присвоению языкового образовательного потенциала учебного содержания в педагогически задаваемых и моделируемых коммуникативных ситуациях. При изучении темы «Формы бизнеса» по спецкурсу «Деловой английский» студенты готовили следующие проекты и презентации: «Глобальные мировые компании», «Совместные предприятия в России и в Оренбургском регионе», «Приём на работу», «Рыночная экономика и формы собственности», «Разработка и

презентация товара», «Презентация своей компании и бизнеса», «Сеть кафе McDonald's в России и в регионе», «Региональный туристический сервис» и «Современный предприниматель». В выполнении проектов использовались коммуникативно-ситуативные задания в групповом и парном взаимодействии. Работа над проектом проводилась с применением модульно-блочной технологии, что актуализировало знание лексических единиц и грамматических структур, уже знакомых студентам.

Интегрированный межпредметный проект. Иностранный язык в университете взаимосвязан с другими предметами, что содействует расширению кругозора студентов и обогащает их знаниями в различных предметных областях. Все это можно осуществить при условии использования межпредметных проектов на иностранном языке, которые, как правило, выполняются во внеаудиторное время. Это могут быть небольшие проекты, затрагивающие два-три предмета, а также достаточно объемные и продолжительные. Такие проекты требуют квалифицированной координации преподавателями, слаженной работы творческих групп студентов, имеющих определенные исследовательские задания, хорошо проработанные формы промежуточных и итоговых презентаций.

Пример проекта «Экскурсия по Оренбургу».

Целесообразностью использования подобного проекта явился тот факт, что в ОГУ с 2002 года начался поэтапный переход на обучение по экспериментальной программе, целью которой является повышение качества лингвистической подготовки будущих специалистов. Кроме того, ОГУ подписал Договор и Соглашения о сотрудничестве с научно-образовательным центром Витуса Беринга (Дания) в разработке совместной учебной программы для получения двух дипломов по архитектуре и строительству, и экономике.

Ситуация: Вы отправляетесь с группой студентов ОГУ на учебу в Данию. Ваши ровесники, проживающие там, не имеют представления об Оренбурге. Задача - познакомить студентов и преподавателей Дании с достопримечательностями г. Оренбурга, его культурным и историческим наследием и природными ресурсами.

Тип проекта: практико-ориентированный, межпредметный (с привлечением информации исторического и краеведческого характера).

Первый этап. Преподаватель предлагает ситуацию на первом занятии работы над проектом. Сначала студенты обсуждают, о каких достопримечательностях г. Оренбурга они бы хотели рассказать в Дании. Студенты объединяются в подгруппы, каждая из которых подбирает материал об объектах. Одна подгруппа готовит историческую справку о г. Оренбурге. Другая о культурных и исторических памятниках и третья о промышленных предприятиях и природных ресурсах. Преподаватель помогает студентам в отработке необходимой языковых средств.

Второй этап. Поиск информации о наиболее значимых культурных достопримечательностях г. Оренбурга. В помощь студентам предлагаются заранее подготовленные вопросы.

Третий этап. Перевод найденной и переработанной информации с русского на английский язык. Основная работа с языковым материалом проводится студентами самостоятельно. В случае затруднений преподаватель оказывает необходимую помощь.

После того как преподаватель проверил написанные на английском языке тексты, переходят к следующему этапу проекта.

Четвертый этап. Съемка рекламного видеоролика о г. Оренбурге. В подгруппах назначается ответственный за использование видеокамеры - «оператор», или съемку всех сюжетов ведет один из студентов. Определяется продолжительность каждого сюжета (1,5-2 мин). Каждая подгруппа репетирует свои сюжеты в аудитории. Студенты учатся выразительно, эмоционально, фонетически правильно произносить подготовленный текст.

Начать можно с исторической справки о г. Оренбурге. Каждый последующий сюжет снимают около здания, о котором идет речь (Театр Драмы, Краеведческий музей, музей Оренбурга, музей Изобразительных Искусств, бывшее Летное училище им. Полбина, где учился первый космонавт Ю.А. Гагарин, учебные корпуса ОГУ и здание новой межвузовской библиотеки). Переходы от одного сюжета к другому сопровождается музыкой (например, Александра Аверьянова – местного композитора-барда).

Презентация видеоролика проходит в торжественной обстановке. Если в проекте участвуют несколько групп, можно устроить конкурс. Создатели лучшего видеофильма о г. Оренбурге получают приз. Отмечаются и другие участники проекта. Им присуждаются «Приз зрительских симпатий», «Приз лучшему актеру», «Приз за лучшую постановку сюжета» и др. Материалы подобного проекта были использованы и показаны студенткой Диной И. специальность – «Национальная экономика», Факультет Экономики и управления, обучающейся в Дании. Дина И. рассказывала, что на одном из занятий по-английскому языку им дали задание подготовить рассказ о своем университете, ей помогла домашняя заготовка, поскольку она была знакома с подобными видами коммуникативных заданий. Она успешно выступила с презентацией в Power Point о родной Alma Mater – ОГУ, с материалом, который они готовили в группе по методу проекта. Вот некоторые высказывания студентов в пользу метода проектов.

Использование метода проекта выявило позитивное воздействие на активизацию субъектной позиции студента в следующем:

- непосредственное участие студентов в планировании, управлении, моделировании ситуаций;
- создание условий, в которых используются теория и практика;
- создание момента выбора и чувств; ответственности за принятие решения и совершения действия;
- расширение границ возможного, ведение диалога, использование жизненного опыта и знаний, самостоятельная доработка и индивидуальное планирование.
- развитие ценностного отношения студентов к содержанию образования.

Ролевой игровой проект. Для развития творческой активности в учебный процесс включаются задания, способствующие эмоциональному переживанию фактов иноязычной культуры, эмотивный аспект коммуникативной компетентности. В данном случае имеется в виду игровой ролевой проект. Структура намечается в процессе разработки и остается открытой до окончания проекта. Участники принимают на себя определенные роли, обусловленные характером и содержанием проекта, особенностью решаемой проблемы, как правило, связанной с будущей профессиональной деятельностью. Это могут быть выдуманные герои, имитирующие социальные или деловые отношения, осложняемые ситуациями, придуманными участниками от лица, которых выступают студенты. Образовательные результаты таких проектов могут намечаться в их начале, а могут проявляться лишь к его окончанию.

Основными структурными компонентами обучающей ролевой игры являются:

- игровые и учебные цели, которые предусматривают поэтапное овладение студентами определенным уровнем коммуникативной компетентности в деловом общении;
- содержание ролевой игры, отражающее взаимодействия и взаимоотношения, которые базируются на текущем учебном материале социально-бытовых и профессиональных тем, которые приобретают определенную сюжетную организацию и развитие;
- коммуникативные и лингводидактические условия, под которыми подразумеваются прежде всего игровые учебно-коммуникативные ситуации, создаваемые самими студентами под руководством преподавателя;
- реквизит, т.е. любые предметы, которые, включаются в ролевую игру и приобретают знаковое, сообщающее значение.

Пример игрового проекта *«Путешествие в США»*.

Целесообразность выбора данного игрового проекта объясняется участием большого числа студентов ОГУ выезжающих в США по программе «Work and Travel», а также совместными образовательными программами – кафедра «Связи с общественностью» и штат Юта. Это межпредметный проект, с привлечением информации исторического, культурного и географического плана.

Ситуация. Американские студенты из штата Огайо пригласили студентов – членов университетского клуба «Сертома» на летние каникулы в университет г. Коламбус и попросили обсудить, какую культурную программу им бы хотелось иметь в г. Коламбусе, желательно с обоснованием, поскольку экскурсии нужно заказать заранее.

Первый этап. Ситуацию предлагает преподаватель на первом занятии работы над темой. Обсуждаются вопросы: с какой целью каждый из студентов хочет побывать в США, какой вид транспорта выбрать (мотивировать свой выбор); как купить билеты; как забронировать номера в гостинице; какие достопримечательности посмотреть и какие вопросы задать американским студентам о системе высшего образования в Америке во время их пребывания

на кампусе университета г. Коламбус. На данном этапе преподаватель подсказывает необходимую лексику. Обсуждение проводится в форме непринужденной беседы. Инициатива должна исходить от студентов. Каждая творческая группа готовит свой вопрос, который записывается на доске.

Второй этап (второе занятие). Вводится новая лексика по темам «Путешествие в США» и «Система высшего образования». Каждой творческой группе дается дополнительная лексика, которая потребуется при обсуждении темы. После закрепления активной лексики каждая группа готовит сообщение "Why am I going to the USA?". Предусматриваются различные варианты:

- to get acquainted with new people;
- to get to know something new about the culture of the country and the System of Higher Education in the USA;
- to improve my English;
- to see the sights of Columbus, New-York & Washington.

Третий этап (третье занятие). Группы выбирают вид транспорта, обосновывают свой выбор. Преподаватель дает справку о стоимости билетов до Нью-Йорка на различные виды транспорта и в различных классах. Каждая группа выбирает свой способ передвижения и, используя освоенную ими лексику, рассказывает о преимуществах и недостатках данного способа путешествия. После того как каждая группа обосновала свою точку зрения и ответила на вопросы участников других групп, преподаватель организует обсуждение, чтобы прийти к общему выводу, каким же транспортом удобнее и выгоднее воспользоваться. Затруднения языкового плана в ходе дискуссии снимает преподаватель или другие студенты. В ходе дискуссии преподаватель обращается к любому студенту (в первую очередь к более слабым, которые порой уклоняются от обсуждения) с предложением высказать свое мнение и привести аргументы.

На этом занятии преподаватель может предложить студентам послушать дополнительный материал в звукозаписи, связанный с обсуждаемой проблемой.

В результате состоявшегося обсуждения могут прийти к различным выводам: все пришли к единому мнению, все разошлись во мнениях и остались при своем выборе, наметились два-три варианта.

Четвертый этап (четвертое или пятое занятия) - организация путешествия. Если удалось прийти к единой точке зрения в вопросе выбора транспорта, преподаватель предлагает в каждой группе выделить ответственных за покупку билетов, заказ гостиницы, разработку программы пребывания и списка вопросов, которые студенты планируют задать своим сверстникам о студенческой жизни, увлечениях, кино и музыкальных предпочтениях, жизненных приоритетах и нравственных ценностях. В группах организуется работа применительно к выбранному виду транспорта. Каждый из участников начинает работать над проблемой. Организация путешествия предполагает следующие виды деятельности: заказать и купить билеты, забронировать номер в гостинице, составить список достопримечательностей, которые предстоит осмотреть, пользоваться услугами агентств и гидов.

Преподаватель при этом может обеспечить их разнообразной прагматической информацией, почерпнутой из разных источников (рекламных-туристических справочников, описаний достопримечательностей и т. д.). Можно предложить также и в качестве образца ряд диалогов (в печатной форме и в звукозаписи), чтобы снять коммуникативные трудности в будущем.

Данный этап работы над проектом занимает два-три занятия, поскольку накапливается много материала и требуется время для его обсуждения и принятия решений. По мере продвижения работы над проектом на последующих занятиях в группах, а затем перед всей аудиторией разыгрываются ситуации в порту, аэропорту, на вокзале при оформлении документов, на таможне, в актовом зале университета в Коламбусе, на спортивных площадках и т.п.

Пятый этап (шестое и седьмое занятия). На предыдущих занятиях студенты определились с программой пребывания, в частности с выбором достопримечательностей для осмотра. При подготовке к этим занятиям студенты подобрали из разных источников информацию о США. Однако это не исключает помощи преподавателя. Он может принести звукозаписи, видеофильмы, CD/DVD диски, слайды, статьи и т. п. о достопримечательностях Америки, ее символах. В результате обсуждения в группах студенты составляют программу прогулки по городу Коламбусу, Нью-Йорку, Вашингтону и посещения других интересных мест.

Шестой этап (восьмое и девятое занятия) - заключительный.

Каждая группа, аргументируя свой выбор способа путешествия и программы пребывания, защищает свой проект перед всей аудиторией. Участники других групп задают выступающим вопросы, стараясь найти недостатки в проекте. По ходу защиты проекта используются любые средства наглядности (коллаж, газета, рисунки, презентации в Power Point и т.д.). На защиту для внешней оценки проектов приглашаются эксперты - преподаватели и студенты из параллельных групп.

Организационные средства развития коммуникативной компетентности в деловом общении

DVD как эффективное средство развития аудитивных умений остается одним из наиболее дискуссионных в современной лингводидактике. Очевидно, что подобный интерес вызван особой важностью аудирования как вида речевой деятельности.

Наиболее сложным видом аудирования считается понимание на слух аутентичной разговорной речи, т.е. речи, характерной для носителей языка и не предназначенной для учебных целей. Условия реального делового общения на иностранном языке предполагают использование всего богатства иностранного языка, включающего все черты формального разговорного стиля с иностранным деловым партнером с учетом того, что каждый человек имеет свою индивидуальную манеру речи. Таким образом, деловое общение с иностранным собеседником происходит благодаря овладению студентами комплексом лингвистических и грамматических умений различного уровня. Следует

учитывать, что на репродуктивном и продуктивном уровнях необходимо владеть аудитивными умениями, на наш взгляд, в совершенстве.

Несмотря на очевидную важность аудирования как вида коммуникативной деятельности, в образовательном процессе оно зачастую рассматривается как сопутствующий процесс. Работа над развитием аудитивных умений нередко носит эпизодичный, несистемный характер. Вне естественной языковой среды примером аутентичного формального делового общения могут служить диалоги и полилоги игрового кино.

Принимая во внимание длительность художественного фильма, которая составляет в среднем 1,5 часа, огромный языковой материал, сложность понимания как его формы, так и содержания, мы рассматриваем использование всего художественного фильма целиком для обучения аудированию крайне громоздким и малоэффективным. Продуктивным, на наш взгляд, является работа с отрывками, содержащими диалоги и полилоги как модели речеповеденческих актов. Нужно отметить, что использование фрагментов из художественных фильмов в процессе обучения аудированию имеет ряд преимуществ по сравнению с применением аудиозаписей, потому что видеоряд дополняет аудио и содержит такую важную невербальную информацию, как мимика, артикуляция, жесты и т.д. Особое значение также имеет контекст и условия протекания коммуникации. Это обусловлено тем, что разговорная спонтанная речь в значительной степени опосредована внешними факторами, которые влияют как на тематику беседы, так и на используемые коммуникантами языковые средства. Исследование процессов аудирования показывает, что даже при двукратном прослушивании текста без визуальных опор уровень понимания значительно ниже, чем при одноразовом восприятии видеодокумента.

Основным дидактическим инструментарием представления видеодокументов по-прежнему является видеопроектор с кассетами в качестве носителя информации. Однако то, что еще несколько лет назад казалось техническим совершенством, сегодня кажется малоэффективным и низкопроизводительным.

Видеокассеты и видеопроекторы безоговорочно уступают место цифровым носителям информации и цифровым устройствам считывания и воспроизведения мультимедиа, которые обладают более компактными размерами и значительно более удобны с точки зрения взаимодействия пользователя с информацией. Методические преимущества цифровых технологий отмечает ряд авторов: «Перед традиционными аудио- и видеокассетами CD-ROM отличает цифровое качество записи, практически неограниченное время использования, удобство поиска нужных фрагментов и ряд других достоинств».

На сегодняшний день самым современным средством воспроизведения цифрового видео является DVD. Нужно отметить, что данная форма цифрового мультимедиа не является специальным методическим средством. Однако нам видится, что его технические характеристики обладают значительным дидактическим потенциалом, который позволяет его рассматривать как

средство повышения эффективности обучения общению и развитию коммуникативной компетентности, поскольку DVD имеют следующие существенные технические характеристики :

- возможность использования нескольких звуковых дорожек на различных языках;
- моментальный доступ к любому из используемых языков;
- беспрепятственное переключение с одного языка на другой;
- использование субтитров на различных языках;
- комбинирование языков при помощи звукового ряда и субтитров;
- моментальный доступ к любому фрагменту фильма;
- замедление темпа воспроизведения видео- и звукового ряда;
- ускорение темпа воспроизведения видео- и звукового ряда.

В процессе использования аутентичных видео и аудиодокументов, как правило, не возникает проблем с пониманием общего смысла. Сложность заключается в полноте и точности понимания аудиотекста. Для обеспечения максимально полного понимания аудируемого документа некоторые авторы рекомендуют его многократное воспроизведение: «не колебаться прослушивать отрывок несколько раз (5 или 6 раз, если это необходимо) для того, чтобы усвоить все его элементы...». Другие авторы для снятия языковых трудностей советуют проводить предтекстовую работу, которая на практике заключается в том, что преподаватель устраняет грамматические, лексические и фонетические трудности до *прослушивания* или просмотра документа.

Подобная практика видится нам малоэффективной по следующим причинам: в первом случае, т.е. при неоднократном воспроизведении одного и того же текста, возникает *сатурация* текста (т.е. потеря значения повторяющихся элементов речи). Во втором случае предварительное снятие трудностей не дает обучаемым возможности полноценно и эффективно развивать аудитивные умения, так как не позволяет им самим вычленять в потоке речи неизвестные языковые единицы.

Замедление темпа звучащей иноязычной речи в известной мере облегчает восприятие речи, позволяет слушающему сконцентрироваться на декодировании смысла звучащего текста, на анализе его акустического образа. Используя замедление звука, обучаемый может самостоятельно семантизировать акустический образ лексических единиц, грамматических конструкций и тем самым избегать смысловых ошибок восприятия.

Упражнения, в которых применяется замедление темпа речи, характеризуются как упражнения *ралантивного* (от франц. - *ralentir*) типа, для создания которых необходимо проанализировать возможные трудности в аудировании фрагмента художественного фильма. Приведем примеры упражнений такого типа:

- 1 Прослушайте фразу в замедленном режиме. Из предложенных слов на русском языке выберите, английские эквиваленты которые прозвучали в предложении.
- 2 Прослушайте замедленный вариант фразы. Выберите из списка инфинитивов те, формы которых присутствуют в высказывании.

3 Прослушайте предложение в замедленном темпе. Перед вами варианты его перевода на русский язык. Выберите правильный вариант из предложенных.

4 Прослушайте фразу в замедленной скорости. Поставьте слова таким образом, чтобы получилось правильное предложение. Переведите его.

Таким образом, во время аудитивных упражнений *замедленного типа* преодолеваются грамматические и лексические трудности и создаются предпосылки для восприятия и понимания документа целиком при естественном темпе предъявления.

Вторым видом аудитивных упражнений DVD-методики является *акселеративный\ускоренный тип*, основанный на использовании такой функций DVD, как ускорение видео – аудиоряда.

Психосоматическая реакция человека на увеличение нагрузок заключается в том, что организм адаптируется к ним и начинает воспринимать их как естественные, а естественные, в свою очередь, как незначительные. *Принцип повышения нагрузок* является основополагающим в системе тренировок, направленных на совершенствование аудитивных умений.

Особенностью функционирования любого живого организма на любой стадии его существования является непрерывный процесс адаптации к различным условиям окружающей его среды.

Термин «адаптация» традиционно рассматривается как факт или процесс приспособления живого организма к заданным условиям его существования.

Развитие навыков аудирования с использованием акселеративного типа аудитивных упражнений положена идея искусственного повышения нагрузок аудирования, достигаемых увеличением скорости воспроизведения видеоряда с сохранением основных качественных показателей звукового ряда. В результате адаптации к ускоренному речевому потоку воспринимаемая нормальная речь кажется более замедленной и тем самым более понятной.

Организация образовательного процесса развития аудитивных умений и навыков на основе усложненных заданий в виде ускорения темпа воспроизводства аудиотекста предусматривает следующий алгоритм работы:

1 *Первое воспроизведение отрывка в ускоренном режиме* (т.е. со скоростью в 1,5 раза выше нормы). Работа студента на данном этапе заключается в том, чтобы понять общий смысл аудируемого диалога или полилога. Задания для данного этапа работы могут быть сформулированы таким образом:

а) просмотрите видео отрывок в ускоренном воспроизведении и ответьте на предложенные вопросы;

б) сейчас вы просмотрите отрывок из художественного фильма. Будьте внимательны, так как скорость воспроизведения увеличена. После просмотра выполните тест;

в) просмотрите диалог двух героев бизнесменов по фильму. Скажите, в чем заключается интрига данного отрывка.

2 Второе воспроизведение отрывка в ускоренном режиме (т.е. со скоростью в 1,5 раза выше нормы). Цель данного этапа заключается в достижении более точного и полного понимания языкового кода. Второй этап работы включает в себя следующие задания:

а) просмотрите видео отрывок в ускоренном воспроизведении, а затем переведите предложения;

В данном упражнении используются фразы, которые своей синтаксической структурой и лексико-грамматическим наполнением соответствуют репликам диалогов отрывка, но не идентичны им. Перевод предложений осуществляется как с родного языка на изучаемый, так и наоборот.

б) найдите в правой колонке (а-з) слово, словосочетание или выражение, которое подходит к словам из левой колонки (1-26).

Данное задание направлено на нахождение обучаемыми структурно-логическими соответствиями в тексте видеосюжета.

3 Последовательное воспроизведение отрывка сначала со скоростью в 1,5 раз выше нормы, затем без пауз в нормальном режиме.

Последний этап работы направлен на обучение полному пониманию реплик участников аудируемых диалогов и полилогов. Заключительный этап предполагает использование следующих упражнений:

а) просмотрите данный отрывок в режиме ускорение-норма и заполните пробелы в предложениях наиболее подходящим словом или фразой;

б) просмотрите отрывок в режиме ускорение-норма и восстановите фразу;

в) просмотрите отрывок сначала в ускоренном, затем в нормальном режиме и дополните недостающие реплики диалогов.

Опыт свидетельствует, что обучаемые достаточно легко адаптируются к ускорению темпа иноязычной речи в процессе искусственного повышения нагрузок.

Использование лингводидактического потенциала современного мультимедийного средства DVD, а именно замедления и ускорения воспроизведения аудируемых фрагментов художественных фильмов, позволяет повысить эффективность применения аудитивных упражнений, что обеспечивает повышение уровня понимания иноязычной речи на слух и формирование прочных аудитивных упражнений, что обеспечивает повышение уровня понимания иноязычной речи на слух и формирование прочных аудитивных навыков.

Развитие коммуникативной компетентности в деловом общении в учебном диалоге и тексте

Целью обучения деловому общению является развитие коммуникативных умений по ведению диалога и монолога на тему по специальности, запрашивать и получать необходимую бизнес информацию, приходить к конструктивному решению коммуникативной задачи. Дидактические аутентичные тексты по специальности содержат много заданий на развитие диалогической речи. Для развития *продуктивных умений* использовался метод частичной трансформации диалога, дополнение диалога с последующим

заучиванием наизусть и задания на самостоятельное творческое составление диалогов по деловому общению с использованием функциональных опор интенсивных методик Г.А. Китайгородской, Е.И. Пассова, В.Л. Скалкина, Е.Н. Солововой [9, 10, 11,12].

Аксиологически важная образовательная среда, ориентированная на создание эффективных педагогических условий, актуализирующих ценностные смыслы личностного и профессионального самоопределения студента университета играет определяющую роль в развитии коммуникативной компетентности в деловом общении. Педагогическая задача заключается в том, чтобы помочь студенту найти в образовании тот индивидуальный для него смысл, который позволит ему самореализоваться. «Смысл образования – в образовании смыслов», - положение, выдвинутое Ю.В. Сенько, определяет «экзистенциальную целевую установку образования». Мы согласны с позицией автора в том, что образование представляет собой единство, синтез знаний, умений опыта, ценностных отношений и понимания к содержанию образования. Понимание трактуется как «смыслообразование», и именно оно делает знание знанием, сравнивая его с духовным опытом личности, не позволяя ему стать интеллектуальным балластом.

Поиск личностного смысла в образовании может привести личность студента к осознанию студентом необходимости получения знания, в нашем случае знания в деловом общении.

Приняв за основу тезис, что «смысл, как личностное отношение студента-участника процесса образования к усваиваемому содержанию по деловому общению, существует только «на рубеже двух сознаний», мы выстраиваем методическое обеспечение процесса развития коммуникативной компетентности студента университета в деловом общении путем применения следующих *организационных форм и методов* актуализации ценностных идей :
- учебного диалога и учебного текста;- насыщенности аутентичного учебного материала по деловому общению;- проективных методов оценки. Методическое обеспечение по развитию коммуникативной компетентности студента университета в деловом общении предусматривает:

- учет основных *блоков* (информационно-когнитивного, деятельностного, аксиологического);
- учет основных *этапов* развития коммуникативной компетентности (констатирующего, формирующего, завершающего);
- *активизацию* процесса развития коммуникативной компетентности студента университета в деловом общении.

Развитие коммуникативной компетентности студента университета в деловом общении становится основной целью в наших созданных педагогических условиях. При определенных *педагогических условиях* обеспечивается *свободный выбор организационных средств и форм*, и способствует устранению затруднений в коммуникативной деятельности будущего специалиста в деловом общении.

Учебный диалог

В гуманистической парадигме образования учебный диалог выступает приоритетным феноменом в развитии личности (В.С. Библер, А.А. М.С. Каган, Ю.В. Сенько) [6, 13, 7].

В педагогических исследованиях под *учебным диалогом* понимается развитие какой-либо позиции или точки зрения в контексте участников диалога – субъектов диалога в деловом общении. Учебный диалог рассматривается не только как фрагмент педагогической действительности, но и как совместно проживаемое событие индивидуумов в самостоятельной коммуникативной деятельности. Диалогическое мышление и диалогическое общение трактуются как основные компоненты диалога. Учебный диалог восполняет отсутствие связи между преподаванием и учением.

В применении к развитию коммуникативной компетентности в деловом общении учебный диалог предполагает:

- ориентацию на духовные потребности личности студента и личности преподавателя;
- аксиологизацию развития коммуникативной компетентности в деловом общении как педагогического «субъект-субъектного» взаимодействия [14].

В учебном диалоге сочетаются различные педагогические функции: от информационной, до контактоустанавливающей, от креативной до деловой. Учебный диалог охватывает все этапы развития коммуникативной компетентности в условиях *аксиологического делового общения* в образовательном процессе.

В процессе обучения деловому общению происходит диалоговое взаимодействие субъектов образовательного процесса – студентов и преподавателей. В ходе такого взаимодействия происходит актуализация развития коммуникативной компетентности – ценностных отношений личности студента и преподавателя к знаниям в деловом общении. В процессе диалогового взаимодействия развивается обратная связь – *ценностная рефлексия*, которая даёт возможность студенту произвести самоанализ и самодиагностику – идентифицировать свой уровень развития коммуникативной деятельности в деловом общении.

В учебном диалоге развивается «понимание и сотворчество, поиск смыслов, личностное становление – ключевые характеристики интеллигента». Отсюда следует, что учебный диалог предъявляет высокие требования к педагогической культуре преподавателя и к культуре делового общения студента университета.

Учебный диалог, создаваемый с целью развития коммуникативной компетентности в деловом общении, реализуется на уровне межсубъектных отношений и информационно-ценностного обмена из опыта практической деятельности в деловом общении (докладов, сообщений, презентаций фирм и бизнес проектов). Различные организационные формы функционирования учебного диалога создают диалоговое единство – сотворчество субъектов

образовательного процесса в достижении поставленной цели – компетентность в деловом общении и развитие коммуникативных знаний, умений, опыта и ценностных отношений к содержанию лингвистического образования [15].

Учебный текст

Развитие коммуникативной компетентности студента на основе *аутентичных текстов по деловому общению* составляет основу лингвистического образования. В лингвистике *под текстом принято считать некое единство смысловой и структурной завершенности* (Л.С. Бархударов).

Учебный текст, выраженный вербальным языком, опирается на методологические принципы гуманитарных дисциплин (М.М. Бахтин, Ю.В. Сенько), и обозначает, прежде всего, широкий *«социокультурный контекст, в который включается антропологическая модель понимания»*. Ведущими признаками учебного текста, определяемого через социокультурный контекст, являются гуманитарная направленность и диалогичность [5, 7].

Текстовый материал, используемый для развития коммуникативной компетентности студента университета в деловом общении, представляет собой педагогически адаптированный продукт – учебный текст. Педагогически адаптированный текст ориентирован на слияние объяснения и понимания, что предполагает принадлежность субъектов к одной социокультурной среде, наличие общего совместного смысла, опыта, знаний, умений и представлений. Диалогичность понимания (обнаружение смысла) по М.М. Бахтину предполагает *совместную деятельность* преподавателя и студента в постижении смыслов в контексте учебного диалога. Следовательно, учебный текст – есть один из способов реализации учебного диалога [5].

Другой *организационной формой* актуализации аксиологических идей в процессе развития коммуникативной компетентности в деловом общении и мы считаем *интенсивность* учебного материала.

Проблема интенсификации учебного процесса является одной из наиболее актуальных в современной психоло-педагогической и методической литературе (Н.И. Гез, Г.А. Китайгородская, Н.И. Минина,). Интенсификация характеризуется такими понятиями, как компрессия, сжатость, насыщенность [16, 9, 17].

Интенсивность учебного материала по деловому общению в нашем исследовании понимается как *мера его присвоения студентами и актуализации как способа выражения его собственных мыслей и порождение самостоятельного коммуникативного продукта - дискурса*. Интенсивность обучения основывается на принципах коммуникативности, интеграции и аксиологизации при построении учебного диалога и учебного текста. Присвоение знаний и умений в деловом общении – есть постижение смыслов, заключённых в аутентичных текстах по деловому общению, изучаемых в процессе диалогового взаимодействия. Наличие в текстах аксиологических и профессиональных смыслов представляет собой новую информацию для студента по деловому общению. Эта информация может расширять знания студентов по бизнес культуре, корпоративной культуре, бизнес этике, по оформлению бизнес корреспонденции, по невербальной коммуникации (язык

жестов), о межкультурных различиях в ведении бизнеса в разных странах, о личностных качествах специалиста (умение работать в команде, соблюдение кодекса неписаных правил, дресскода).

Особенности процесса развития коммуникативной компетентности студента в деловом общении, организованного в соответствии с содержанием спецкурса «Деловое общение», заключаются в следующем.

В ходе первого этапа образовательного процесса, организованного на основе ценностно-смысловой насыщенности, обеспечивается общая ориентация личности студента к изучению аксиологического содержания по деловому общению (бизнес культура, бизнес этика, бизнес корреспонденция, невербальная коммуникация – язык жестов, межкультурные различия, терминология, аббревиатуры, устойчивые клише и бизнес идиомы и т.д.). Изучаемый текстовый материал построен на темах, связанных с различиями в культуре ведения бизнеса англоязычных стран, бизнес этике, особенностях оформления бизнес корреспонденции и документации. Преподавателю необходимо провести работу, которая в дальнейшем ориентирует личность к осознанию аксиологического смысла в изучаемом материале, к пониманию того, как должна быть организована коммуникативная деятельность личности студента в деловом общении. Намечается и разрабатывается план изучения данного спецкурса. Эта процедура включает: выделение основных тем по деловому общению (содержание спецкурса) в процессе взаимодействия преподавателя и студентов; постановку вопросов, направленных на раскрытие аксиологически значимого содержания изучаемого материала и востребованности знаний в будущем (практика по созданию фирм, совместное обсуждение бизнес проектов по созданию предприятий с зарубежными партнерами и выпуска совместной конкурентоспособной продукции, выход на мировой рынок) и акцентирование её ценностно-смысловой значимости для личности студента и профессионального самоопределения.

Интенсивность подачи текстового материала ориентирована на результат его присвоения личностью студента, на степень его актуализации в процессе порождения собственных смыслов. Отсюда возникает целесообразность ознакомления студентов с вопросами аксиологизации образовательного процесса и проведение серии индивидуальных и групповых бесед об аксиологическом смысле, заложенном в содержание изучаемых тем спецкурса по деловому общению и их практического применения в будущем.

Первый этап образовательного процесса с учётом насыщенности текстового материала спецкурса означает начало этапа в развитии коммуникативной компетентности в деловом общении как начинающего этапа – этапа репродукции. В ходе этого этапа происходит динамика в развитии ценностных отношений - от ценностной отстранённости к ценностному приобщению и преобразованию личности студента.

Основной этап образовательного процесса направлен на то, чтобы студент воспринимал аксиологически значимое содержание спецкурса по деловому общению на осознанном уровне. Для этого необходимо использование *дидактических средств*, актуализирующих педагогический аспект

образовательных ценностей и ценностей делового общения в диалоге культур. На этой ступени перед личностью студента ставятся конкретные цели и разъясняются основные пути их достижения. Взаимодействие между преподавателем и студентом в процессе актуализации педагогических ценностей делового общения, коммуникативной компетентности и диалога культур осуществляется на основе комплекса *дидактических средств* (учебных текстов по специальности; видео и аудиоматериалов, раскрывающих аксиологический смысл учебных тем по деловому общению; творческих заданий, ориентированных на проектирование и прогнозирование собственного уровня развития коммуникативной компетентности в деловом общении; использование компьютерных обучающих программ по развитию письменных и устных умений в деловом общении). В процессе выполнения творческих заданий студент активизирует свою познавательную ценностно-ориентированную коммуникативную компетентность. Развивается мотивация, обеспечивающая реализацию *развития коммуникативной компетентности студента университета в деловом общении*.

При разработке *дидактических средств* активизации коммуникативной деятельности студента в деловом общении целесообразно включать в образовательный процесс развивающие *интерактивные методики, опирающиеся на принцип межпредметной интеграции и коммуникативности*. Исходя из принципа коммуникативности содержание спецкурса «Business Communication», следует выделить:

- использование интернет-методик;
- использование мультимедийных средств;
- использование интерактивных компьютерных обучающих программ.

Анализируя реализацию педагогических образовательных ценностей в деловом общении в условиях интернет- и мультимедийных средств, мы выделяем следующие условия:

- создание методического обеспечения по спецкурсу делового общения, включающего задания коммуникативной направленности, комментарии к употреблению специальных терминов, устойчивых клише и бизнес идиом, частотно употребляемых аббревиатур в текстах по деловому общению, а также тестов для определения степени усвоения учебного материала и уровня развития коммуникативной компетентности в деловом общении;
- компьютеризацию процесса создания учебного диалога как аксиологической среды развития коммуникативной компетентности в деловом общении.

Интернет и мультимедийные методики значительно расширяют диалоговое пространство в деловом общении, и имеют большую педагогическую ценность. Они совмещают интерактивную подачу информации с динамичностью изображения, компьютерной графикой и компьютерным дизайном, звуком и ориентируют личность студента на развитие интерактивности в реальном времени и пространстве. Информационные ресурсы, предоставляемые интернет и мультимедийными средствами,

раскрывают огромные возможности для развития личности студента в межпредметном поиске. Этот поиск активизирует познавательную самостоятельность личности студента по овладению системой знаний, развитию коммуникативных умений в деловом общении и накоплению опыта в коммуникативной деятельности. Так, например, для выполнения проектного задания по подготовке презентации фирмы предлагается осуществить творческий поиск в системе Интернет с целью обнаружения межпредметной информации по темам: «Global companies», «Business culture clashes», «Business writing», «Business Ethics» («Крупные мировые компании», «Различия в культуре ведения бизнеса», «Бизнес переписка», «Бизнес этика»).

Принцип интерактивности в развитии коммуникативной компетентности в деловом общении обеспечивает не только прирост знаний, умений и ценностных отношений, но и раскрытие новых возможностей студента и является необходимым педагогическим условием для становления и совершенствования компетентностей (готовности к действию). Интерактивные коммуникативные задания включают студента-субъекта образовательного процесса в осмысленное переживание индивидуальной и коллективной коммуникативной деятельности для накопления опыта, осознания и принятия ценностей лингвистического образования, делового общения, коммуникативной компетентности и диалога культур. Исследования К. Левина показали влияние групповых обсуждений на изменение социальных установок и поведения участников. Для создания методического обеспечения по развитию коммуникативной компетентности студента в деловом общении на иностранном языке использовались учебники и пособия по деловому английскому составленные как зарубежными, так и отечественными авторами.

Список использованных источников

- 1 **Зимняя, И.А.** Ключевые компетенции – новая парадигма результата образования / И.А. Зимняя // Высшее образование сегодня. – 2003. № 5. – С. 34-39.
- 2 **Smith, K.** Children's rights, assessment and the digital portfolio / K. Smith. - Brighton Conference Selections : IATEFL, 2001. – P. 55 - 69.
- 3 **Мильруд, Р.П.** Теория и практика обучения английскому языку / Р.П. Мильруд. – Тамбов : Изд-во ТГУ, 2001. – 143 с.
- 4 **Мильруд, Р.П.** Компетентность в изучении языка / Р.П. Мильруд // Иностранные языки в школе. – 2004. № 7. – С. 30-36.
- 5 **Бахтин, М.М.** Эстетика словесного творчества / М.М.Бахтин. – М. : Искусство, 1986. – 195 с.
- 6 **Библер, В.С.** Культура. Диалог культур / В.С. Библер // Вопросы философии. – 1989. - № 6. – С. 31-43.
- 7 **Сенько, Ю.В.** Гуманитарные основы педагогического образования: курс лекций : учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / Ю.В. Сенько. – М. : Изд. центр «Академия», 2000. – 240 с.
- 8 **Полат, Е.С.** Современные педагогические и информационные / технологии в системе образования : учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений / Е.С. Полат, М.Ю. Бухаркина. – М. : Издательский центр «Академия», 2007. – 368 с.
- 9 **Китайгородская, Г.А.** Методика интенсивного обучения иностранным языкам / Г.А. Китайгородская. – М. : Высшая школа, 1986. – 103 с.
- 10 **Пассов, Е.И.** Программа – концепция коммуникативного иноязычного образования / Е.И. Пассов. – М. : Просвещение, 2000. – 172 с.
- 11 **Скалкин, В.Л.** Английский язык в ситуациях общения: учебное пособие для вузов / В.Л, Скалкин. – М. : Высшая школа, 1998. – 189 с.
- 12 **Соловова, Е.Н.** Методика обучения иностранным языкам : базовый курс лекций : пособие для студентов пед. вузов и учителей / Е.Н. Соловова. – 4-е изд. – М. : Просвещение, 2006. – 239 с.
- 13 **Каган, М.С.** Мир общения. Проблема межсубъектных отношений / М.С. Каган. – М. : Политиздат, 1998. – 319 с.
- 14 **Кирьякова, А.В.,** Педагогическая аксиология и инновационные процессы в обучении : учеб. пособие / А.В Кирьякова, Г.А. Мелекесов. – М. : Компания Спутник +, 2004. – 104 с.
- 15 **Сахарова, Н.С.** Развитие иноязычной компетенции студентов университета: монография / Н.С. Сахарова. – Москва: [б.и.], 2003. – 206 с.
- 16 **Гез, Н.И.** Формирование коммуникативной компетенции как объект зарубежных методических исследований / Н.И. Гез // Иностранные языки в школе. – 1985. - №2. – 356 с.
- 17 **Минина, Н.М.** Программа обучения активному владению иностранным языком студентов неязыковых специальностей и методические рекомендации / Н.М. Минина. – Москва: [б.и.], 1998. – 78 с.

Приложение А (обязательное)

Reading Test

Part One

Questions 1–7

- Look at the statements below and the book reviews on the opposite page.
- Which book review (**A, B, C** or **D**) does each statement **1–7** refer to?
- For each sentence **1–7** choose one letter (**A, B, C** or **D**).
- You will need to use some of the letters more than once.

Example:

0 This book would be of special interest to a Training Manager.

0	A =	B =	C =	D =
----------	---------------	---------------	---------------	---------------

- 1** Your company wants to sell its products through its website.
- 2** The company intends to improve its data storage and retrieval systems.
- 3** Personnel have to provide seminars for staff involved in operating new equipment.
- 4** A mail order company is looking for new ways to sell direct to customers.
- 5** The company is setting up joint ventures with overseas companies.
- 6** Marketing have to investigate new export markets for the company's products.
- 7** Management are unhappy at the lack of cooperation between various departments.

<p style="text-align: center;">A - WHEN CULTURES COLLIDE by Richard D Lewis</p> <p>This book provides information about the culture and attitudes of many countries. The author believes that business travellers need to gain insights into different cultures and values so that they can relate to their hosts and avoid misunderstandings. Take, for example, different concepts of time. If you believe in punctuality and that “time is money”, you may have a hard time in countries where these values don't apply.</p>	<p style="text-align: center;">D - B - FACILITATING LEARNING ORGANISATIONS by Victoria J Marsick & Karin E Watkins</p> <p>In a fast-changing world, businesses must learn to adapt. This book discusses the requirements for successful learning: creating continuous learning opportunities, such as promoting enquiry and encouraging team learning. Learning is “the sharing of knowledge”, which means encouraging people to talk to one another. They emphasise the need for feedback, i.e. promoting dialogue within organisations; and leadership, i.e. selecting individuals who can devise and implement learning systems.</p>
--	--

<p>C - DO IT SMART by Rolf-Dieter Kempis & Juergen Ringbeck</p> <p>There are two IT issues: how much it should cost, and its effect on a company's profitability. The authors investigated several companies, and found that the effect of investment in IT on profitability ranged from spectacular to minimal. They offer seven rules to identify the most effective means of using IT, so this book will help anyone with responsibility for IT policy and expenditure.</p>	<p>DO IT SMART by Rolf-Dieter Kempis & Juergen Ringbeck</p> <p>There are two IT issues: how much it should cost, and its effect on a company's profitability. The authors investigated several companies, and found that the effect of investment in IT on profitability ranged from spectacular to minimal. They offer seven rules to identify the most effective means of using IT, so this book will help anyone with responsibility for IT policy and expenditure.</p>
---	---

Part Two

Questions 8–12

- Read the article below about Ugandan women farmers.
- Choose the best sentence from the opposite page to fill in each of the gaps.
- For each gap **8–12**, choose one letter (**A–G**).
- Do not use any letter more than once.
- There is an example at the beginning (**0**).

CD Helps Ugandan Women Farmers

Ugandan women are becoming better farmers thanks to an interactive CD-ROM. The CD gives advice about ways to improve their crops and livestock and how to market what they produce. It also helps the women to think about new products they can make and sell. (**0**) **D**

The first women that used the CD have shown many other women farmers in the region what they can do if they try. The use of the CD-ROM has been encouraged by Nakaseke Telecentre that lies in a region about 50km north of the Ugandan capital, Kampala. The Telecentre Co-ordinator, Rita Mijumbi, said that, at first, the idea was to use the internet and e-mail simply to get information for farmers. (**8**)

It also helps them to think about what else they can produce, and how to cooperate with friends and neighbours to get more out of their small farms.

The women find their way round the CD using a mouse, and advice is given in the women's native language. (**9**)

When first introduced to the computer, many of the women were afraid of doing something wrong and took time to get over their fear.

(**10**) Many of their children are also keen to learn how to use the computer and are being encouraged to read so they can find out more.

As well as acting as a teaching centre, the Telecentre is also helping the farmers get better prices for their produce. (11) But at the Telecentre they can check with markets in Kampala to find the proper price for what they sell.

Rita Mijumbi said that, at first, the husbands of many of the women farmers would not allow their wives to go to the Telecentre, because they thought that it was a waste of time. (12)

“When the women go back home, they talk about these ideas, they talk about the CD-ROM,” she said. “The men now realise that something good can come out of this: the women are not just gossiping or going out to look for other men!”

Example:

O	A	B	C	D	E	F	G
----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

A But the CD goes much farther than that: it gives the women farmers practical advice on how to increase crop yields and how to manage livestock.

B Computer literacy is now a compulsory subject in many schools.

C “These women are mostly uneducated, so you actually find that many of them cannot even read in their own language,” said Ms Mijumbi, “but the CD-ROM is linked to sound so they can listen if they cannot read, and get the message that way.”

D Since it was introduced the CD has been a huge success and has helped to improve the living standards of those who have used it.

E Before now farmers had to rely on information from travelling traders about prices.

F But success has changed the men’s attitudes.

G But now many are regular visitors to the Telecentre and are keen to learn more.

Part Three

Questions 13–18

- Read the article below about foreign investment in India and the questions on the opposite page.
- For each question 13–18, choose one letter (A, B, C or D).

Foreign Investment in India

India is the world’s second largest emerging market after China. But it is a country that is often overlooked by investors in favour of its neighbours to the east. It offers a wonderful business opportunity as a country that was hardly affected at all by the southeast Asian crisis of the nineties. It has a population of 910 million people – 16 per cent of the world’s population – and a growing professional and commercial middle-class.

But the level of foreign direct investment (FDI), as a percentage of total global investment, stands at only 0.5 per cent. This figure does not reflect the country’s capacity, its well-developed institutions, the widespread use of English, its highly-educated labour force, or its achievements in sectors from software and engineering

to medicine and film-making. This is partly because the economy remains highly regulated, state dominated and protected.

In fact, the country only started on a process of liberalisation and globalisation a few years ago. India introduced a change of policy in 1991 to provide a more welcoming approach to overseas investors, including an agreement that profits could be taken out of the country. Foreign investors usually apply to the Royal Bank of India. Most sectors of industry receive automatic approval, as long as the foreign investment in the Indian company is not more than 50 per cent. Some restrictions apply if the limit is reached, except in sectors where “technology transfer” is possible, that is, where the foreign company can provide expertise that is lacking in the local company.

Most multinationals have some presence in the Indian market, but it is very small compared to the capital flows into China. India’s poor performance in this area is largely due to a bureaucratic system of rules and regulations, in particular the requirement that foreign investors must find a local partner in order to ensure the survival of the domestic companies during the change from a closed to an open economy.

While many projects are delayed because of bureaucracy, the depressed level of the local stock-market offers a good opportunity for investors looking to invest in companies which are finding it difficult to finance their future growth. The government is encouraging such investment by allowing venture capital groups to invest up to 20 per cent of their allocated funds in the equity of any single company.

Investing directly into India remains complicated as it has to be approved by both the central government and local authorities in the relevant state. The central government deals with long-term industrial issues, financial regulation and so on, while the state authorities deal with the practical side, approving the site, providing the environmental clearances and infrastructure such as power and water.

But all in all, the future looks bright for foreign investment. Investors can reach a large market where labour is cheap and highly-skilled, where language is not a problem, and where local companies are eager to get involved in joint ventures. There are opportunities for investment in many sectors, including infrastructure, food-processing, pharmaceuticals and, above all, in software development, a field in which India has become a world leader in the last decade. The country is now the largest software exporter after the USA, exporting nearly \$2.5 bn of software services last year.

13 Why have foreign investors tended to ignore India in the past?

- A** It has too many rules and regulations.
- B** It is heavily overpopulated.
- C** It has developed its industry without outside help.
- D** It was not considered part of south-east Asia.

- 14** A foreign company can invest more than 50 per cent in a local company if it.
- A** applies to the Royal Bank of India.
 - B** provides special knowledge.
 - C** shares the profits with the local company.
 - D** helps India's export trade.
- 15** Joint ventures between foreign and local companies provide a way to.
- A** help to protect local companies.
 - B** develop an open economy.
 - C** attract foreign investment.
 - D** compete more effectively with China.
- 16** Foreign venture capital is important for India because.
- A** the stock market is performing badly.
 - B** foreign companies must invest a minimum of 20% in a local company.
 - C** local companies lack the resources to develop without it.
 - D** bureaucratic controls are holding up many projects.
- 17** Which of these is dealt with by state authorities?
- A** agreeing the financial arrangements.
 - B** finding a suitable site.
 - C** providing essential services.
 - D** approving the scheme.
- 18** Which of the following makes India attractive to foreign investors?
- A** Its workforce is well-trained and labour costs are low.
 - B** It is a country where everyone speaks English.
 - C** It has an excellent infrastructure (roads, services, etc).
 - D** It is a major exporter of goods and services.

Part Four

Questions 19–33

- Read the article below about using unpaid leave to cut costs.
- Choose the best word to fill each gap from **A, B, C** or **D**.
- For each question **19–33**, choose one letter (**A, B, C** or **D**).
- There is an example at the beginning (**0**).

Cutting Costs

How can a company cut costs when business is poor? Companies in Silicon Valley, California have **D** ... up with a solution: forcing workers to take unpaid holidays, usually by adding unpaid days to a one-day national holiday like July the Fourth. Cost-conscious hi-tech firms are (**19**) ... the traditional one-day holiday to

two days, or even a whole week, as they struggle to (20).... from the current recession. Such action would have been (21)... in the boom years of the late 90s when product demand “went through the roof” and workers worked for 18 hours a day and slept under their desks to (22) ... orders. But at the moment, a lot of big-name techfirms are asking, and in some cases (23)...demanding, that thousands of workers take extra time off. It is (24) ... that simply switching off the lights and halting production will save about 1% of a company’s (25) ...costs. Last year, a San Jose based company sliced \$3–4m from its expense (26)...by shutting down for the whole week of 4 July. Accountants say these forced vacations and plant shutdowns really help the companies in a number of (27) First, when employees take unpaid leave, this immediately (28) ...running costs. Then, businesses can cut costs without cutting jobs, thereby saving expenditure on recruiting and training when business (29) ... up again. And of course shutdowns also save on energy costs. But not everyone is happy with the (30)...of forcing workers to take unpaid time.

In particular, there has been criticism from the unions, who (31) ... that workers are being forced to take a pay cut, and insist that unpaid leave should be on a voluntary basis only. But, despite these protests, firms are likely to continue as more and more of them realise the (32) ... of reducing their payroll costs without having to (33) ... sack employees.

Example: A turned	B known	C put	D com
19 A improving	B opening	C extending	D adjusting
20 A recover	B survive	C improve	D overcome
21 A unobtainable	B unusable	C unworkable	D unthinkable
22 A meet	B make	C reach	D fill
23 A also	B quite	C still	D even
24 A determined	B considered	C estimated	D guessed
25 A operated	B operating	C operation	D operative
26 A budget	B account	C return	D ledger
27 A ways	B means	C kinds	D methods
28 A shortens	B deducts	C controls	D reduces
29 A picks	B stands	C pulls	D gets
30 A practice	B custom	C use	D habit
31 A defend	B argue	C propose	D accuse
32 A profits	B outcomes	C benefits	D values
33 A presently	B really	C actually	D certainly

Keys
Reading

Part 1							
0B	1D	2C	3B	4D	5A	6A	7B

Part 2							
0D	8A	9C	10G	11E	12F		

Part 3							
13A	14B	15A	16C	17C	18A		

Part 4							
19C	20A	21D	22A	23D	24C	25B	26A
27A	28D	29A	30A	31B	32C	33C	

Part 5							
0 correct	00 other	34 correct	35 of	36 correct	37 all	38 been	
39 they	40 correct	41 for	42 have	43 of	44 the	45 correct	

Speaking

Part One (approximately 13 minutes)

The interview

In this part the interlocutor asks questions to each of the candidates in turn. You have to give information about yourself and express personal opinions.

Sample questions

Whereabouts do you live?

Is that a nice part to live in? Why?

Would you prefer to live somewhere else? Why is that?

What is your job?

What do you like about your job? What don't you like about your job?

What plans do you have for the future?

What do you do in your spare time?

What would you like to do if you had more time/money?

Part Two (approximately 6 minutes)

'Mini presentation'

In this part of the test you are asked to give a short talk on a business topic.

You have to choose one of the topics from the three below and then talk for about one minute.

You have one minute to prepare your ideas.

<p>CARD A</p> <p>WHAT IS IMPORTANT WHEN...? MAKING A TELEPHONE CALL TO A CUSTOMER</p> <p>- SAY WHO YOU ARE - SAY WHO YOU WORK FOR</p>
<p>CARD B</p> <p>WHAT IS IMPORTANT WHEN...? WRITING A REPORT</p> <p>- CONSIDER WHO THE REPORT IS FOR - ARRANGE THE INFORMATION IN ORDER OF IMPORTANCE</p>
<p>CARD C</p> <p>WHAT IS IMPORTANT WHEN...? DEALING WITH A COMPLAINT FROM A CUSTOMER</p> <p>- APOLOGISE - SAY HOW YOU WILL PUT THINGS RIGHT</p>

Part Three (approximately 5 minutes)

Discussion

In this part of the test you are given a discussion topic. You have 30 seconds to look at the prompt card, an example of which is given below, and then about 3 minutes to discuss the topic with your partner. After that the examiner will ask you more questions related to the topic.

A Foreign Visitor

You have been asked to look after a foreign visitor to your company. Discuss the situation together and decide:

- what arrangements you need to make to meet and welcome your guest
- what you need to do to make sure your guest has an informative visit and is given a good impression of the company.

Приложение Б
(обязательное)

British and American Financial Terms

Here are some of the main differences between British and American financial terminology.

British	American
Annual General Meeting (AGM)	Annual Stockholders Meeting
Articles of Association	Bylaws
authorised share capital	authorized capital stock
barometer stock	bellwether stock
base rate	prime rate
bonus <i>or</i> capitalisation issue	stock dividend <i>or</i> stock split
bridging loan	bridge loan
building society	savings and loan association
cheque	check
company	corporation
creditors	accounts payable
current account	checking account
debtors	accounts receivable
gilt-edged stock (gilts)	Treasury bonds
labour	labor
Memorandum of Association	Certificate of Incorporation
merchant bank	investment bank
ordinary share	common stock
overheads	overhead
profit and loss account	income statement
property	real estate

quoted company	listed company
retail price index (RPI)	consumer price index (CPI)
share	stock
share premium	paid-in surplus
shareholder	stockholder
shareholders' equity	stockholders' equity
stock	inventory
trade union	labor union
unit trusts	mutual funds
visible trade	merchandise trade

Приложение В
(обязательное)

Countries and Currencies

Country	Capital	Nationality	Currency
Australia	Canberra	Australian	Australian dollar
Austria	Vienna	Austrian	euro
Belgium	Brussels	Belgian	euro
Brazil	Brasilia	Brazilian	real
Bulgaria	Sofia	Bulgarian	lev
China	Beijing	Chinese	yuan
Croatia	Zagreb	Croatian	kuna
Czech Republic	Prague	Czech	koruna
Denmark	Copenhagen	Danish	krone
Finland	Helsinki	Finnish	euro
France	Paris	French	euro
Germany	Berlin	German	euro
Greece	Athens	Greek	euro
Hungary	Budapest	Hungarian	forint
Iceland	Reykjavik	Icelander	krona
India	New Delhi	Indian	rupee
Ireland	Dublin	Irish	euro
Italy	Rome	Italian	euro
Japan	Tokyo	Japanese	yen
Lithuania	Vilnius	Lithuanian	litas
Luxembourg	Luxembourg	of Luxembourg	euro
Malta	Valletta	Maltese	Maltese lira
Netherlands	Amsterdam	Dutch	euro
New Zealand	Wellington	New Zealander	New Zealand dollar
Norway	Oslo	Norwegian	Norwegian krone
Poland	Warsaw	Polish	zloty
Portugal	Lisbon	Portuguese	euro
Romania	Bucharest	Romanian	leu
Russia	Moscow	Russian	rouble
Slovakia	Bratislava	Slovakian	Slovakian kuruna
Slovenia	Ljubljana	Slovenian	tolar
Spain	Madrid	Spanish	euro
Sweden	Stockholm	Swedish	Swedish krone
Switzerland	Berne	Swiss	Swiss franc
Turkey	Ankara	Turkish	Turkish lira
United Kingdom	London	British	pound sterling
United States of America	Washington DC	American	US dollar

Приложение Г
(обязательное)

Common abbreviations used in business

Job Titles	
CEO	Chief Executive Officer Chief
CFO	Financial Officer Chief
CIO	Chief Information Officer
COO	Chief Operating Officer
MP	Member of Parliament
Organizations	
EMU	European Monetary Union
EU	European Union
IMF	International Monetary Fund
IRS	Inland Revenue Service
TUC	Trade Union Congress
UN	United Nations
WTO	World Trade Organization
Countries	
UAE	United Arab Emirates
UK	United Kingdom
USA	United States of America
Companies	
BA	British Airways
BMW	Bayerische Motoren Werke
IBM	International Business Machines
Business terms	
AGM	Annual General Meeting
B2B	Business to Business
B2C	Business to Consumer
CIF	Cost, Insurance, Freight
FOB	Freight on Board
FY	Fiscal Year
GDP	Gross Domestic Product
HR	Human Resources
IPO	Initial Public Offering
M&A	Mergers and Acquisitions
MBA	Master of Business Administration
MBO	Management Buy Out
P&L	Profit and Loss
PLC	Public Limited Company
R&D	Research and Development
ROI	Return on Investment

SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats
TQM	Total Quality Management
USP	Unique Selling Proposition
VAT	Value Added Tax
Measurements	
ETA	Estimated Time of Arrival
GMT	Greenwich Mean Time
Technology	
CAD	Computer Assisted Design
CAM	Computer Assisted Manufacturing
FAQ	Frequently Asked Questions
HTML	Hyper Text Markup Language
PDF	Portable Document Format
RAM	Random Access Memory
ROM	Read Only Memory
WWW	World Wide Web
AOB	Any Other Business
ASAP	As Soon As Possible
ID	Identity
PIN	Personal Identification Number
LASER	Light Amplification by Stimulated Emission of Radiation

Приложение Д
(обязательное)

Common job titles

Chairman (of the board) or President	the person at the top of the hierarchy
Vice Chairman or Vice President	second in the hierarchy
Managing Director or CEO (Chief Executive Officer)	in charge of the day-to-day running of the business
Finance Director or CFO (Chief Financial Officer)	responsible for all matters concerning finance
Accountant or Financial Controller	oversees the book-keeping
Marketing Manager/Director	coordinates all commercial activities
Sales Manager/Director	in charge of the Sales Team
Communications Manager/Director or CCO (Chief Communications Officer)	in charge of internal and external communications
Product Manager/Director	manages one of the products in the product portfolio
Legal Affairs Manager/ Director	deals with legal matters
IT (Information Technology) Manager/Director or CIO (Chief Information Officer)	responsible for all hardware and software in the company
Production Manager/Director or COO (Chief Operations Officer)	responsible for output
Plant Manager/Director	in charge of one factory
Personnel Manager or Human	in charge of all matters concerning staff

Resources Manager / Director	
Research and Development Manager/ Director	heads the team that comes up with new ideas and products
Purchasing Manager/Director	deals with suppliers
PA (Personal Assistant)	deals with administrative duties
Facility Manager/Director	head of maintenance, catering and other facilities
Foreman	responsible for a group of workers

Приложение Е
(обязательное)

E-mail made easy

	Formal/Neutral	Informal
Name	Dear Mr/ Mrs/ Ms Smith Dear Mary	Hi /Hello Mary Mary, ... (or no name at all)
Previous contact	Thank you for your email of ... Further to your last email, ... I apologize for not getting in contact with you before now.	Thanks for your email. Re your email, ... Sorry I haven't written for ages, but I've been really busy.
Reason for writing	I am writing in connection with... In reply to your email, here are ... Your name was given to me by ... We would like to point our that ...	Just a short note about ... Here's the ... you wanted. I got your name from ... Please note that ...
Informing	I am writing to let you know that ... We are able to confirm that ... I am delighted to tell you that ... We regret to inform you that ...	Just a note to say ... We can confirm that ... Good news! Unfortunately, ...
Attachments	Please find attached my report. I'm sending you ... as a pdf file.	I've attached ... Here is the ... you wanted.
Ask for information	Could you give me some information about ... I would like to know ... I'm interested in receiving/ finding out...	Can you tell me a little more about ... I'd like to know ... Please send me ...
Requests	I'd be grateful if you could ... I wonder if you could ... Thank you in advance for your help in this matter.	Please ... Could you ...? I'd appreciate your help on this.
Promise action	I'll investigate the matter. I will contact you again shortly.	I'll look into it. I'll get back to you soon.

Offer help	Would you like me to ...? Let me know whether you would like me to ...	Do you want me to ...? Let me know if you'd like me to ...
Final comments	Thank you for your help. Do not hesitate to contact us again if you require any further information. Please feel free to contact me if you have any questions. My direct line is ...	Thanks again for ... Let me know if you need anything else. Just give me a call if you have any questions. My number is ...
Close	I am looking forward to ... (+ <i>-ing</i>) Best wishes Regards	Looking forward to ... (+ <i>ing</i>) Speak to/ See you soon. Bye (for now)/ All the best.