

Научная статья

УДК 316.77

doi: 10.22394/2079-1690-2022-1-4-297-302

ФОРМИРОВАНИЕ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ БУДУЩЕГО ЭКОНОМИСТА: ОТ ФИЛОСОФИИ ОБРАЗОВАНИЯ К РЫНКУ ТРУДА

Нина Сергеевна Котова¹, Людмила Аврамовна Томашевская²,
Нина Анатольевна Колесникова³, Елена Александровна Гельпей⁴

^{1, 2, 3, 4}Южно-Российский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Ростов-на-Дону, Россия

¹ninakotova@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-5715-3495>

²tomashevskaya-la@ranepa.ru

³kolesnikova-na@ranepa.ru

⁴gelpey-ea@ranepa.ru

Аннотация. Статья посвящена подготовке будущих экономистов деловому общению на английском языке. В статье описаны специфика, функции, принципы системы подготовки будущих экономистов к деловому общению в соответствии с требованиями работодателей. Проведен педагогический эксперимент: созданы соответствующие педагогические условия и авторская программа по формированию коммуникативной компетенции обучающихся в ситуациях делового и профессионального общения, выполнено контрольное и формирующее тестирование, выполнен анализ полученных результатов.

Ключевые слова: деловое общение на английском языке, обучение экономистов, коммуникативная компетенция, профессиональная деятельность, ценностные ориентации

Для цитирования: Котова Н. С., Томашевская Л. А., Колесникова Н. А., Гельпей Е. А. Формирование деловой коммуникации будущего экономиста: от философии образования к рынку труда // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2022. № 4. С. 297–302. <https://doi.org/10.22394/2079-1690-2022-1-4-297-302>

Sociology Problems

Original article

FORMING BUSINESS COMMUNICATION OF FUTURE ECONOMISTS: FROM THE EDUCATION PHILOSOPHY TO THE LABOR MARKET

Nina S. Kotova¹, Lyudmila A. Tomashevskaya², Nina A. Kolesnikova³, Elena A. Gelpei⁴

^{1, 2, 3, 4}South-Russia Institute of Management – branch of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Rostov-on-Don, Russia

¹ninakotova@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-5715-3495>

²tomashevskaya-la@ranepa.ru

³kolesnikova-na@ranepa.ru

⁴gelpey-ea@ranepa.ru

Abstract. The article is devoted to the training of future economists in business communication in English. The article describes the specifics, functions, principles of the system for preparing future economists for business communication in accordance with the requirements of employers. A pedagogical experiment was carried out: the appropriate pedagogical conditions and the author's program were created to form the communicative competence of students in situations of business and professional communication), control and formative testing was carried out, and the analysis of the results obtained was carried out.

Key words: business communication in English, training of economists, communicative competence, professional activity, value orientations

For citation: Kotova N. S., Tomashevskaya L. A., Kolesnikova N. A., Gelpei E. A. Forming business communication of future economists: from the education philosophy to the labor market. *State and Municipal Management. Scholar Notes.* 2022;(4):297–302. (In Russ.). <https://doi.org/10.22394/2079-1690-2022-1-4-297-302>

Курс делового общения на английском языке в подготовке экономистов представляет собой коммуникативное взаимодействие (устное и письменное), осуществляемое в целях организации профессиональной экономической деятельности. Аспектами, организующими и регулирующими такое деловое взаимодействие выступают лингвистические, профессиональные и ценностные ориентации личности учащегося, которые формируются разными дисциплинами на протяжении всего обучения в высшем учебном заведении.

Бизнес-курс рассматривает язык как контекстно-зависимое социальное явление, созданное акторами, общающимися в организационном контексте. Термин «деловой английский» («деловое общение») используется для обозначения специального курса английского языка, которому обучают студентов-экономистов, или английского языка для специальных целей. В этом аспекте английский язык связан с конкретными дисциплинами и предназначен для удовлетворения конкретных потребностей учащегося [1]. При этом, изучение делового английского базируется на уже сформированных языковых навыках необходимого уровня (в рамках курсов по деловому общению на русском языке и общему английскому языку). В последние двадцать лет появилось множество идей относительно концепции изучения как самого бизнеса, так и английского языка для специальных целей, включенного в учебную программу в виде курса «деловое общение»/ «деловая коммуникация», что позволяет сформировать такие умения и навыки, как анализ информации, чтение таблиц, графиков, диаграмм, осуществление письменной деловой коммуникации (составление писем-запросов, квитанций, контрактов и т.д.), подбор соответствующих бизнес-этике языковых единиц [2], «изучение деятельности в деловых ситуациях и принятие решений» [3–4].

Целью курса «Деловое общение на английском языке» является развитие профессиональных коммуникативных навыков, таких как написание служебных записок, составление электронных писем, работа в команде, подготовка устных презентаций, отчетов и других документов. Еще в 1972 г. Кейзер предположил, что цель делового общения состоит в том, чтобы «анализировать методы исследования, организации и представления различных видов бизнес данных» [5]. Задача делового общения заключается в том, чтобы подготовить студентов к общению, как в письменной, так и в устной форме, для активного участия в деловом мире. В 1978 г. И. Салливан в своей работе «Важность философского сочетания» в обучении деловому общению отмечал, что учебная программа по курсу делового общения должна представлять собой сочетание нескольких философий [6]: идеализма (личной веры в моральные принципы, вынесения суждений на основе этических принципов, которые ведут к правильным действиям, ожидаемым результатам), критического реализма (понимания причинно-следственных взаимосвязей и контекста, необходимых для выполнения действий и достижения результатов), бихевиоризма (ориентированной на человека формы профессионального общения между, например, руководством и сотрудниками, открытого обмена идеями), прагматизма (суть которого заключается в том, чтобы проникнуть внутрь проблемы, почувствовать ее и сделать что-нибудь позитивное для ее решения [7], а также экзистенциализма (образование должно быть для жизни, личностного и профессионального роста). Все эти компоненты должны стать частью учебной программы делового общения [6].

Очевидно, что содержание курса должно меняться с течением времени, однако основная философия делового общения остается неизменной – развивать коммуникативные навыки студентов, чтобы подготовить их к профессиональному труду. Как подтверждают исследования, проведенные за последние 30 лет, коммуникативные навыки необходимы для студентов, поступающих на работу, они входят в тройку самых востребованных мягких навыков на рынке труда. «Одна из самых больших слабостей, которую мы видим у выпускников ... это ограничение их способности общаться как устно, так и письменно» [8].

Согласно Томасу Х. Инману и другим, «коммуникативные навыки считаются главным условием успеха в деловом мире» [9]. «Работодатели рассматривают эффективные коммуникативные навыки как ключ к успеху в бизнесе. Следовательно, преподаватели университетов [...] должны развивать у студентов коммуникативные навыки, которые требуют работодатели» [10]. «Педагоги и руководители предприятий почти не сомневаются в том, что для современной работы необходимы отличные коммуникативные навыки» [9].

«Преподаватели университетов и работодатели признают необходимость навыков устного и письменного общения» [2]. «Работодатели утверждают, что выпускникам необходима

подготовка по таким темам, как говорение и слушание [3], методы убеждения, управление конфликтами и межличностное общение [4].

Несмотря на то, что за последние десятилетия технологии существенно изменили способ общения, базовые коммуникативные навыки, такие как навыки слушания, письма и устной презентации, по-прежнему необходимы. Учебная программа делового общения разрабатывается во многих случаях на основе нужд и требований работодателей. Например, информационно-коммуникационные технологии (компьютер, смартфон, Интернет, электронная почта, MsTeams и др.) теперь уже стали обычным явлением в повседневной жизни и обучении, а изучение специфики коммуникации с их помощью включено в курс делового общения. Развитие навыков работы в команде также является частью учебной программы по курсу делового общения, так как акцент на данный навык делается не только профессиональным сообществом, но и закреплён в ФГОС ВО по направлению подготовки «Экономика».

Технологии играли и будут продолжать играть важную роль в учебной программе делового общения. Поскольку тенденции на рабочем месте изменились, учебная программа делового общения также изменилась и теперь включает новейшие формы общения и технологии; однако базовые коммуникативные навыки, такие как навыки письма и устной презентации, остаются фундаментом учебной программы. В 2003 г. М. Гаффи провел исследование, в котором пришел к выводу, что письменная коммуникация считается приоритетом в учебной программе делового общения [7]. Кроме того, согласно Уайту и Майерсу, «по мере того, как технологии обучения развиваются и становятся более доступными, преподаватели должны адаптироваться к новым методам обучения» [5]. Адаптация к новым методам обучения абсолютно необходима для программы делового общения. Если еще десять лет назад наиболее важным было научить студентов написанию электронных деловых писем, но с постоянным изменением технологий не только в сфере образования, но и в мире бизнеса внимание в учебной программе делового общения необходимо уделять обмену мгновенными сообщениями.

В ЮРИУ РАНХиГС было проведено практическое исследование, направленное на развитие аспектов делового общения на английском языке в соответствии с требованиями работодателей повысить: (1) способность обучающихся уверенно общаться в групповом обсуждении на английском языке, (2) способность обучающихся четко взаимодействовать в групповом обсуждении на английском языке и (3) способность обучающихся осуществлять письменную коммуникацию на английском языке.

В частности, данное исследование было направлено на получение ответов на следующие вопросы:

(1) Могут ли обучающиеся активно участвовать в групповом обсуждении?

(2) Каковы подходящие методические материалы и стратегии обучения студентов-экономистов деловому общению на английском языке?

(3) В какой степени разработанные методические материалы и выбранная стратегия обучения способствуют развитию способности студентов четко и уверенно общаться на английском языке в письменной и устной формах?

Преподавателями кафедры иностранных языков и речевых коммуникаций ЮРИУ РАНХиГС в соответствии с требованиями работодателей были разработаны методические материалы по курсу «Деловое общение», реализуемого для студентов 4 курса факультета экономики, а также выбранная стратегия обучения в форме комбинации реверсивных технологий, интерактивных занятий (мозгового штурма, дискуссий, презентаций и т.д.). Было проведено исследование, участниками которого стали 29 студентов, изучающих «Деловое общение на английском языке», минимальный уровень владения общим английским языком В1.

Курс «Английский для делового общения» предназначен для подготовки студентов к карьере в бизнесе, что включает в себя ознакомление студентов с различными темами (соотносится с аспектами критического реализма), развитие академических продуктивных навыков обучающихся: писать, читать и эффективно участвовать в деловом дискурсе на английском языке (соотносится с аспектами критического реализма и прагматизма), решать проблемы (соотносится с аспектами бихевиоризма и прагматизма), связанные с деловой коммуникацией в устной и письменной форме, с учетом норм бизнес-этикета (соотносится с аспектами философии идеализма и прагматизма).

В ходе исследования были использованы два инструмента тестирования: (а) предварительный тест и (б) пост-тест. Для этого исследования использовался четырехэтапный цикл действий: (а) подготовительный этап – определен фокус контента навыков делового общения в рамках курса, (б) начальный этап – предтестовый анализ и обзор литературы; (в) этап внедрения и сбора данных, пост-тест и (г) этап анализа данных и выводов – сравнение и обсуждение полученных результатов до и после тестирования, а также размышления о корректировке программы курса.

Предварительный тест включал в себя деловое обсуждение (обучающиеся провели обсуждение в небольшой группе с пятью участниками проблем в рамках тем по своему выбору) и написание текста смс-сообщения и делового письма. Обсуждение было записано на видео. Цель обсуждения состояла в том, чтобы предоставить обучающимся платформу для выражения своего мнения по выбранным темам, в то же время определить уровень их языковых навыков в ситуационном дискурсе. Видеозаписи представляли точный источник данных, фиксирующих как взаимодействие в группе, так и другие исследуемые аспекты.

Видеозаписи и письменные работы студентов были проанализированы с использованием шкал предварительного тестирования, включающих пять аспектов делового общения: 1) деловой этикет, 2) произношение, лексика и грамматика, 3) бизнес-дискурс, 4) интерактивное общение и 5) уверенность в себе. Данные аспекты считаются наиболее важными в деловом общении на английском языке. Все 29 студентов оценивались индивидуально по шкале от 1 до 5, полученными каждым студентом по 5 аспектам навыков делового общения. По произношению, лексике, грамматике и деловому этикету обучающиеся набрали от 2,5 до 3,5 из 5,0, что ниже по сравнению с баллами по этикету, по которым, напротив, 29 обучающихся набрали от 2,5 до 4,5 баллов.

Анализ видеозаписи показал, что некоторые студенты казались уверенными, когда высказывали свои мысли в групповом обсуждении, однако, к концу обсуждения они теряли уверенность. В некоторых случаях при обсуждении в малых группах студенты допускали ошибки в произношении слов и интонации.

В рамках бизнес-дискурса 17 из 29 студентов набрали более 3,0 баллов, тогда как остальные набрали менее 3,0 баллов из-за отсутствия связности повествования в устном и письменном текстах. 19 студентов набрали от 3,0 до 4,0 баллов, 5 студентов – 5,0, еще 5 обучающихся набрали от 2,0 до 2,5 баллов за интерактивное общение.

По шкале «уверенность в себе», только два студента набрали 4,5 балла, а остальные набрали менее 1,5 – 3,5: студентам не хватало уверенности в выражении своего мнения, взаимодействии с членами своей группы и управлении обсуждением.

Приведенные выше результаты в целом указывают на то, что «произношение, лексика и грамматика делового английского», а также аспект «уверенность в себе» требуют повышенного внимания со стороны преподавателя. Хотя оценки студентов по деловому этикету не были настолько низкими, необходимость в улучшении данной сферы не вызывает сомнений. Результат предварительного анализа был использован для определения компонентов содержания и измерительных материалов курса.

На начальном этапе исследования, обзоре литературы, были внесены корректировки контента и разработана стратегия обучения, направленная на обучение студентов исследуемым аспектам делового общения на английском языке.

С целью проведения эксперимента была проведена корректировка заданий на «чтение», «письмо» и «групповое обсуждение». Структурированный материал по основным элементам делового общения был получен студентами в начале эксперимента. Материалы, включающие пять аспектов: деловой этикет, специфику произношения, лексики и грамматики в деловом английском, бизнес-дискурс, интерактивное общение (мозговой штурм, дискуссия, презентация и т.д.) и уверенность в себе (задания на взаимооценивание) в ситуациях делового и профессионального общения, были розданы студентам вместе с ссылками на аутентичный образовательный контент для просмотра и ознакомления.

Эксперимент занял 8 недель обучения. На первых 4 вводных занятиях был выполнен просмотр видеоматериалов, чтение текстов, написание заметок. С помощью презентации PowerPoint и монологических высказываний студентов познакомили с техниками и установками, ведущими к уверенности в групповом общении.

Следующие 4 занятия были направлены на улучшение произношения, закрепление лексики и грамматики по теме. Неоднократно давались советы и рекомендации по повышению уровня уверенности во время деловых дискуссий (включая язык тела, зрительный контакт, сосредоточенность). Особый акцент делался на задания, связанные с когерентностью в бизнес дискурсе. Несмотря на то, что студенты часто обращались к конспектам и текстам, половина обучающихся хорошо показала себя в бизнес-дискурсе с точки зрения делового этикета.

Далее на следующих 4 занятиях сравнивались и обсуждались видеозаписи обсуждений, проверенные письменные работы. Студенты проводили взаимооценивание и готовились к следующему групповому обсуждению: изучали лексические единицы по теме делового общения, грамматические конструкции.

В завершающие 2 занятия студенты провели новую, подготовленную заранее, групповую дискуссию по пройденным темам. Было выполнено индивидуальное оценивание по шкалам предварительного теста.

Все 4 группы студентов (29 человек) представили презентацию после 20-минутной подготовки в своих группах. Результаты пост-тестового анализа были проанализированы с использованием шкалы с пятью аспектами делового общения.

Исследование показало студенты обрели уверенность и продемонстрировали значительное улучшение в групповых обсуждениях после 8 недель обучения по разработанным преподавателями кафедры методическим материалам. Большинство студентов могли четко и уверенно выражать свое мнение, вести деловую переписку (мгновенные сообщения и электронные письма). Эффективность презентаций по результатам завершающей групповой дискуссии указывает на академический прогресс студентов.

В целом результаты исследования показывают, что средние баллы по всем аспектам делового общения выше 4,0. Таким образом, показатель роста отмечается по всем исследуемым аспектам.

Уверенность – самый слабый элемент среди навыков делового общения. Тем не менее, результаты пост-теста указывают на положительную динамику. Полученные результаты указывают на эффективность выбранной стратегии обучения и разработанных методических материалов.

Мониторинг и непрерывная оценка успеваемости студентов по вышеперечисленным аспектам деловой коммуникации помогают своевременно оказать соответствующую помощь обучающимся и при необходимости скорректировать учебные материалы и стратегию обучения. Непрерывное оценивание всех пяти аспектов проводится во множестве вариантов, с привлечением различных критериев и ресурсов, которые поддерживают обучение деловому общению на английском языке в совокупности, больше, чем использование любого из этих инструментов в отдельности.

Таким образом, деловое общение на английском языке должно быть представлено в учебной программе и реализовано не как предмет, который нужно изучать изолированно, а как часть целостной стратегии обучения, отвечающей требованиям рынка труда и работодателей. В связи с этим учебная программа по деловому общению, методические материалы и формы контроля должны постоянно обновляться. Несмотря на развитие технологий, цифровизацию и безусловную их интеграцию в учебный процесс, совершенствование произношения, грамматики и правописания, расширение словарного запаса, овладение навыками устных презентаций должны оставаться в учебной программе делового общения с корректировкой на изменения, происходящие в бизнес-дискурсе и бизнес-этике. Основываясь на исследовании, которое было рассмотрено в этой статье, можно сделать вывод, что без базовой основы общения на английском языке (навыков письменного и устного общения) невозможно продвигаться в постоянно изменяющихся, в том числе и технологически, условиях профессиональной деятельности.

Список источников

1. Conrad D., Newberry R., Identification and Instruction of Important Business Communication Skills for Graduate Business Education, *The Journal of Education for Business* 2012: 87(2):112-120, DOI:10.1080/08832323.2011.576280
2. Hutchinson, T., & Waters, A. (1987). *English for specific Purposes*. Cambridge: Cambridge University Press.
3. Crane, A., and Matten, D. 2016. *Business ethics: Managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization* (4th ed.). Oxford: Oxford University Press.
4. Sankar, G. & Kumar, S. P. S. (2016, July). English for Employability and Empowerment: A Study. *International Journal of English Literature and Culture*, 4 (6), 100-103. DOI: 10.14662/IJELC2016.053

5. Timalcina, R., BBS Second Year English Course in TU for the Development of Business Communication Skills. *Journal of management* (2021), vol. 4 (1), 81-93
6. Kelly S., Tovey N., (2022). Data Visualization as Communication: The Role of Business Communication in Data Analytics. *Bus. Commun. Res. Pract.* 2022; 5(1):42-45. DOI: <https://doi.org/10.22682/bcrp.2022.5.1.42>
7. Haase, F. A. (2013). Business Communication and Globalized English: Recent Definitions and Applications of a Concept across the Corporate World. Fonseca, *Journal of Communication*, 6, 53-85.
8. White, J. T., & Myers, S. D. (2001). You can teach an old dog new tricks: The faculty's role in technology implementation. *Business Communication Quarterly*, 64 (3), 95-100.
9. Sullivan, J. (1978). The importance of a philosophical "mix" in teaching business communication. *The Journal of Business Communication*, 15(4), 29-37.
10. Goodstein J., Gentile M., *Giving Voice to Values. An Innovation and Impact Agenda*. Routledge, 2021

References

1. Conrad D., Newberry R., Identification and Instruction of Important Business Communication Skills for Graduate Business Education. *The Journal of Education for Business*. 2012: 87(2):112-120. DOI:10.1080/08832323.2011.576280
2. Hutchinson T., & Waters A. *English for specific Purposes*. Cambridge: Cambridge University Press. 1987
3. Crane A., and Matten D. *Business ethics: Managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization* (4th ed.). Oxford: Oxford University Press. 2016.
4. Sankar G. & Kumar S. P. S. English for Employability and Empowerment: A Study. *International Journal of English Literature and Culture*. 2016. July 4 (6): 100-103. DOI: 10.14662/IJELC2016.053
5. Timalcina R. BBS Second Year English Course in TU for the Development of Business Communication Skills. *Journal of management*. 2021; 4 (1):81-93.
6. Kelly S. Tovey N. Data Visualization as Communication: The Role of Business Communication in Data Analytics. *Bus. Commun. Res. Pract.* 2022; 5(1):42-45. DOI: <https://doi.org/10.22682/bcrp.2022.5.1.42>
7. Haase F. A. Business Communication and Globalized English: Recent Definitions and Applications of a Concept across the Corporate World. Fonseca. *Journal of Communication*. 2013;(6):53-85.
8. White J. T., & Myers S. D. You can teach an old dog new tricks: The faculty's role in technology implementation. *Business Communication Quarterly*. 2001;64 (3):95-100.
9. Sullivan J. The importance of a philosophical "mix" in teaching business communication. *The Journal of Business Communication*. 1978;15(4): 29-37.
10. Goodstein J., Gentile M. *Giving Voice to Values. An Innovation and Impact Agenda*. Routledge; 2021.

Информация об авторах

Н. С. Котова – доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой иностранных языков и речевых коммуникаций ЮРИУ РАНХиГС.

Л. А. Томашевская – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков и речевых коммуникаций ЮРИУ РАНХиГС.

Н. А. Колесникова – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков и речевых коммуникаций ЮРИУ РАНХиГС.

Е. А. Гельпей – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков и речевых коммуникаций ЮРИУ РАНХиГС

Information about the authors

N. S. Kotova – Doctor of Philology, Professor, Head of the Department of Foreign Languages and Speech Communications of the South-Russia Institute of Management – branch of RANEPА;

L. A. Tomashevskaya – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Foreign Languages and Speech Communications of the South-Russia Institute of Management – branch of RANEPА.

N. A. Kolesnikova – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Foreign Languages and Speech Communications of the South-Russia Institute of Management – branch of RANEPА.

E. A. Gelpey – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Foreign Languages and Speech Communications of the South-Russia Institute of Management – branch of RANEPА.

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии интересов.

Authors' contribution: All authors have made an equivalent contribution to the preparation of the publication. The authors declare a lack of interests.

Статья поступила в редакцию 23.11.2022; одобрена после рецензирования 05.12.2022; принята к публикации 06.12.2022.

The article was submitted 23.11.2022; approved after reviewing 05.12.2022; accepted for publication 06.12.2022.