

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**  
**Учебно-методическое объединение по лингвистическому образованию**

**УТВЕРЖДАЮ**

Первый заместитель Министра образования  
Республики Беларусь

\_\_\_\_\_ И.А. Старовойтова

\_\_\_\_\_ /тип.  
Регистрационный № ТД-\_\_\_\_\_ /тип.

**СТРАТЕГИИ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ**

**Типовая учебная программа по учебной дисциплине  
для специальности:**

**1-23 01 02 Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций  
(по направлениям)**

**СОГЛАСОВАНО**

Председатель  
Учебно-методического объединения  
по лингвистическому образованию  
\_\_\_\_\_ Н.П. Баранова  
\_\_\_\_\_

**СОГЛАСОВАНО**

Начальник Главного управления  
профессионального образования  
Министерства образования  
Республики Беларусь  
\_\_\_\_\_ С.А. Касперович  
\_\_\_\_\_

**СОГЛАСОВАНО**

Проректор по научно-методической  
работе Государственного учреждения  
образования «Республиканский  
институт высшей школы»

\_\_\_\_\_ И.В. Титович  
\_\_\_\_\_

Эксперт-нормоконтролер  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**СОСТАВИТЕЛИ:**

Т.В. Поплавская, заведующий кафедрой речеведения и теории коммуникации учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет», доктор филологических наук, профессор;

Н.Н. Алешкевич, старший преподаватель кафедры речеведения и теории коммуникации учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет»;

Н.Н. Максименя, старший преподаватель кафедры речеведения и теории коммуникации учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет.

**РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

Кафедра «Английский язык № 1» Белорусского национального технического университета;

С. А. Дубинко, заведующий кафедрой английского языка экономических специальностей факультета международных отношений Белорусского государственного университета, кандидат филологических наук, доцент.

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ В КАЧЕСТВЕ ТИПОВОЙ:**

Кафедрой речеведения и теории коммуникации учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет»

(протокол № \_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.);

Научно-методическим советом учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет»

(протокол № \_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.);

Президиумом Совета Учебно-методического объединения по лингвистическому образованию

(протокол № \_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.).

Ответственный за редакцию: Н.Н. Алешкевич

Ответственный за выпуск: Н.Н. Максименя

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Стратегии коммуникативного поведения» является составной частью лингвистической подготовки специалистов по межкультурной коммуникации. Она изучается на завершающем этапе обучения, носит интегративный характер и включает два модуля – «Стратегии коммуникативного поведения» и «Профессиональное общение».

Типовая учебная программа по учебной дисциплине «Стратегии коммуникативного поведения» разработана в соответствии со следующими нормативными документами:

– образовательным стандартом I ступени высшего образования по специальности 1-23 01 02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (по направлениям)», утвержденным и введенным в действие постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 30.08.2013 № 88;

– типовыми учебными планами, утвержденными первым заместителем Министра образования Республики Беларусь А. И. Жуком 28.06.2013 по направлениям специальности;

- 1-23 01 02-01 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (информационное обслуживание)» (регистрационный № Е 23-01-005/тип.),

- 1-23 01 02-02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (международный туризм)» (регистрационный № Е 23-01-006/тип.),

- 1-23 01 02-03 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (связи с общественностью)» (регистрационный № Е 23-01-007/тип.),

- 1-23 01 02-04 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (внешнеполитические отношения)» (регистрационный № Е 23-01-008/тип.),

- 1-23 01 02-05 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (внешнеэкономические связи)» (регистрационный № Е 23-01-009/тип.).

Цель преподавания и изучения учебной дисциплины «Стратегии коммуникативного поведения» состоит в развитии умений, связанных с реализацией коммуникативных стратегий в различных форматах общения.

Задачи изучения учебной дисциплины состоят в:

1) достижении стилистического уровня владения языком, выражающегося в автоматической дифференциации коммуникативных ситуаций при порождении и восприятии речи;

2) формировании критического отношения к содержанию общения;

3) формировании умений и навыков, связанных с дифференциацией способов общения, разработкой стратегии собственного коммуникативного поведения и интерпретацией чужого;

4) овладении приемами внутриличностной, межличностной, групповой и массовой коммуникации во множестве социальных контекстов и во множестве форматов (круглый стол, дебаты, панельная дискуссия, подиумная дискуссия, конференция, пресс брифинг, интервью, переговоры, ток-шоу и т.д.)

В общей системе профессиональной подготовки специалистов по межкультурным коммуникациям содержание учебной дисциплины «Стратегии коммуникативного поведения» взаимосвязано со следующими учебными дисциплинами: «Практикум по культуре речевого общения», «Интерпретация коммуникативного поведения», «Культурный контекст профессионального общения».

Цели и задачи учебной дисциплины «Стратегии коммуникативного поведения» направлены на приобретение студентами необходимых компетенций трех типов:

*Академические.* Студент должен:

АК-1. Уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач.

АК-3. Владеть исследовательскими навыками.

АК-4. Уметь работать самостоятельно.

АК-5. Быть способным порождать новые идеи (обладать креативностью).

АК-9. Уметь учиться, повышать свою квалификацию в течение всей жизни.

*Социально-личностные.* Студент должен:

СЛК-2. Быть способным к социальному взаимодействию.

СЛК-3. Обладать способностью к межличностным коммуникациям.

СЛК-5. Быть способным к критике и самокритике.

СЛК-6. Уметь работать в команде.

СЛК-9. Уметь принимать решения с учетом сложившейся конъюнктуры.

СЛК-11. Иметь опыт публичной коммуникации.

*Профессиональные.* Студент должен:

*в коммуникативной деятельности:*

ПК-1. Владеть сложными коммуникативными навыками и умениями; быть способным к формированию новых навыков и умений в иных социальных структурах и социокультурных ситуациях.

ПК-4. Реализовывать требуемый ролевой репертуар в рамках профессии.

ПК-5. Обладать способностью убеждать.

ПК-6. Владеть навыками публичной речи на родном и на не менее чем двух иностранных языках.

*в организационно-управленческой деятельности:*

ПК-21. Эффективно взаимодействовать в мультикультурном коллективе.

ПК-23. Вырабатывать и принимать профессиональные решения, корректировать собственную деятельность и деятельность других участников процесса межкультурной коммуникации.

*в инновационной деятельности:*

ПК-25. Владеть приемами мозгового штурма, кейс-стади и игровыми технологиями.

ПК-29. Обладать опытом использования кооперативной стратегии и тактик: «да-да», «да-но», «с позиции другого», «тактики протянутой руки».

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

*знать:*

- стратегии и тактики коммуникативного поведения;
- основные типы дискурсивных практик;
- способы контактирования;
- типы обратной связи;
- характеристики целевых аудиторий;
- форматы внутриличностной, межличностной, групповой и массовой коммуникации;
- основные принципы убеждающей и аргументативной коммуникации;
- принципы композиционного построения текста;

*уметь:*

- анализировать речевой материал на предмет использования в нем коммуникативных стратегий и тактик, способов убеждения, воздействия и аргументирования;
- дифференцировать речевой материал по сферам общения, способам контактирования, целеустановке, типам обратной связи, характеристике аудитории;
- осуществлять выбор речевых стратегий, тактик и языкового материала в соответствии с предлагаемой коммуникативной ситуацией;
- применять стратегии и тактики организации и проведения всех типов дискуссии в реальных форматах;
- на основе предлагаемых образцов создавать ранжированные письменные тексты;
- анализировать особенности композиционного построения монологических, диалогических и полилогических высказываний;
- строить собственные высказывания с учетом композиционных особенностей данного типа текста;

*владеть:*

- приемами разработки коммуникативных тактик;
- методами выбора речевых стратегий.

Учебная дисциплина «Стратегии коммуникативного поведения» рассчитана на **278** часов, в том числе **132** аудиторных (практические занятия).

**ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН**

## Модуль «Стратегии коммуникативного поведения»

№ п/п	Наименование разделов, тем, модулей	Количество аудиторных часов
1.	Тема 1. Эффективная коммуникация: ответственный выбор	6
2.	Тема 2. Типы и характеристики целевых аудиторий	6
3.	Тема 3. Правила эффективной организации презентаций	10
4.	Тема 4. Эффективная информационная презентация	10
5.	Тема 5. Стратегии убеждения	10
6.	Тема 6. Эффективная персуазивная презентация	8
7.	Тема 7. Построение личного бренда.	8
8.	Тема 8. Репутационный менеджмент как управленческая стратегия.	8
	ИТОГО:	66

## Модуль «Профессиональное общение»

№ п/п	Наименование разделов, тем, модулей	Количество аудиторных часов
1.	Тема 1. Профессиональная коммуникация в 21 веке.	2
2.	Тема 2. Мир бизнеса: становление и развитие современных компаний.	8
3.	Тема 3. Эффективное собеседование при приеме на работу.	8
4.	Тема 4. Короткая деловая презентация.	4
5.	Тема 5. Искусство управления компанией и эффективный менеджмент.	10
6.	Тема 6. Эффективная коммуникация внутри организации.	10
7.	Тема 7. Установление деловых контактов.	8
8.	Тема 8. Искусство ведения переговоров.	10
9.	Тема 9. Работа в зарубежном представительстве.	6
	ИТОГО:	66

### 3. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

#### Модуль «Стратегии коммуникативного поведения»

##### **Тема 1. Эффективная коммуникация: ответственный выбор.**

Определение коммуникации. Основные составляющие коммуникативного поведения. Ключевые характеристики эффективной коммуникации. Уровни коммуникации.

Стратегии установления контакта и формирования взаимопонимания. Эффективные коммуникативные стратегии в современной политике, рекламе, сфере торговли, образования, здравоохранения и т.д.

Коммуникативные секреты выдающихся лидеров современности.

##### **Тема 2. Типы и характеристики целевых аудиторий.**

Психология целевой аудитории. Демографический анализ аудитории. Ситуационный анализ аудитории.

Источники получения информации о целевой аудитории. Метод анкетирования.

Теория множественного интеллекта Г. Гарднера. Стратегии взаимодействия с представителями разных типов интеллекта.

##### **Тема 3. Правила эффективной организации презентаций.**

Как подготовиться к презентации. Структура презентации.

Типы вступлений. Вступление по модели Э. Ли. Тактики и приемы привлечения внимания.

Типы заключений. Техники и приемы, используемые в заключениях.

Стратегии связности в презентации. Коннекторы. Тактики поддержания внимания.

Как оперировать данными в презентации. Стратегии и тактики представления данных. Советы по представлению слайдов в презентациях.

##### **Тема 4. Эффективная информационная презентация.**

Стратегии и тактики информирования.

Типы информирующих речей (об объекте, событии, процессе, понятии/концепте).

Композиционная организация информационных презентаций.

Рекомендации по составлению информационных выступлений.

##### **Тема 5. Стратегии убеждения.**

Стратегии построения и укрепления доверия к адресанту.

Использование доказательств и вспомогательных материалов.

Стратегии аргументирования. Софизмы.

Апелляция к эмоциям как стратегия убеждения.

##### **Тема 6. Эффективная персуазивная презентация.**

Этический аспект убеждения. Психология убеждения. Восприятие убеждающего сообщения.

Типы убеждающих речей.



Композиционная организация персуазивных презентаций. Методика создания мотивации Э. Монро.

Рекомендации по составлению персуазивных выступлений.

### **Тема 7. Построение личного бренда.**

Личный бренд или я-бренд: идея, суть, позиционирование.

Основные этапы создания персонального бренда.

Стратегия самопрезентации. Стратегии построения личного бренда.

### **Тема 8. Репутационный менеджмент как управленческая стратегия.**

Деловая репутация. Структура репутационного менеджмента. Создание информационной основы репутации.

Технологии осуществления репутационного менеджмента в сферах образования, здравоохранения и др.

Технологии управления деловой репутацией репутацией компании и руководителя.

Стратегии антикризисной коммуникации как инструмент защиты репутации.

## Модуль «Профессиональное общение»

### **Тема 1. Профессиональная коммуникация в 21 веке.**

Значимость коммуникации в современном деловом мире. Активные составляющие профессиональной коммуникации. Особенности конструирования эффективной профессиональной коммуникации в 21 веке.

### **Тема 2. Мир бизнеса: становление и развитие современных компаний.**

Начальный этап становления бизнеса. Организации, создающие новый продукт или услугу в условиях высокой неопределенности. Идеи и маркетинговое продвижение для стартапов. Инновационные стартапы последних лет. Растущие компании. Слияние и поглощение компаний. Крупнейшие сделки по слиянию и поглощению компаний в 21 веке. Известные корпорации, которые правят миром.

### **Тема 3. Эффективное собеседование при приеме на работу.**

Подготовка к собеседованию: изучение должностных инструкций и обязанностей, составление краткого резюме об образовании и профессиональном опыте. Ключевые вопросы во время собеседования. Результативные ответы на вопросы работодателя. Фразы-клише, конструирующие успешное интервью. Невербальное поведение в процессе собеседования. Психологическая подготовка к беседе с работодателем. Моделирование собственного поведения во время собеседования.

### **Тема 4. Короткая деловая презентация.**

Презентация в лифте: что это такое? Структура краткой презентации, эффективное управление презентацией, способы удержания внимания. Невербальная составляющая презентации для лифта. Конструирование результативной короткой самопрезентации специалиста. Конструирование результативной короткой презентации идеи, услуги, компании.

**Тема 5. Искусство управления компанией и эффективный менеджмент.**

Типы компаний. SWOT-анализ компании: правила и примеры составления. Искусство менеджмента в управлении компанией. Планирование и постановка целей. Конструирование эффективного бизнес-плана. Секреты тайм-менеджмента. Умение работать в команде. Лидерство и мотивация. Менеджеры и/или лидеры. Портрет успешного менеджера: необходимые качества и умения. Женщины в менеджменте. Успешные бизнес-леди современности.

**Тема 6. Эффективная коммуникация внутри организации.**

Общение с коллегами. Конструирование команды, поддержка и наставничество. Делегирование полномочий и контролирование. Тактика активного слушания. Работа с «трудными» коллегами. Моделирование собственного коммуникативного поведения с трудными коллегами. Пути преодоления конфликтных ситуаций внутри компании. Оценка качества работы и поощрения сотрудников. Корпоративная культура.

**Тема 7. Установление деловых контактов.**

Короткая деловая презентация компании с указанием основных параметров работы. Социализация: принятие и отклонение предложений о сотрудничестве, отправление запросов и деловых предложений, выражения согласия и несогласия. Умение слушать, виды полезного слушания для установления контактов. Конструирование возможных коммуникативных ситуаций с целью установления деловых контактов. Использование социальных сетей для установления контактов.

**Тема 8. Искусство ведения переговоров.**

Деловые встречи. Стратегии и тактики выражения мнения, уточнения, разъяснения, внесения предложений, реагирования, принятия или отклонения предложений. Этапы проведения переговоров: установление отношений, начальные позиции сторон, ведение переговоров, заключение сделки. Умение заключать сделки в ходе ведения переговоров. Моделирование собственного коммуникативного поведения в переговорном процессе.

**Тема 9. Работа в зарубежном представительстве.**

Особенности работы в зарубежном представительстве компании: представление интересов основной организации, ведение переговоров, обеспечение работы с контрагентами. Филиалы и представительства крупных международных корпораций.

## 4. ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### ЛИТЕРАТУРА

#### Модуль «Стратегии коммуникативного поведения»

##### Основная литература

- 1) Поплавская, Т. В. Английский язык. Проблемы коммуникации : учеб. пособие для вузов / Т. В. Поплавская, Т. А. Сысоева. – М. : Юрайт, 2018. – 175 с.
- 2) Стратегии коммуникативного поведения = Strategies of Communicative Behaviour: пособие для студентов учреждений высшего образования, обучающихся по специальности 1-23 01 02-05 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (внешнеэкономические связи)» / Н. В. Алешкевич, Т. П. Карпилович. – Минск: МГЛУ, 2017. – 152 с.
- 3) Lucas, S. E. The Art of Public Speaking / S. E. Lucas. – 7th ed. – N.Y. : McGraw-Hill Education, 2019. – 449 p.

##### Дополнительная литература

- 1) Chandler, D. Strategic Corporate Responsibility: Sustainable Value Creation / D. Chandler. – 4<sup>th</sup> ed. – Thousand Oaks : Sage Publications, 2016. – 488 p.
- 2) Frandsen, F. Organizational Crisis Communication. A Multivocal Approach / F. Frandsen, W. Johansen. – 1st ed. – Thousand Oaks : Sage Publications, 2016. – 280 p.
- 3) Landert, D. Personalisation in mass media communication: British online news between public and private / D. Landert. – Amsterdam : Philadelphia : John Benjamins Publishing, 2014. – 294 p.

#### Модуль «Профессиональное общение»

##### Основная литература

- 1) Профессиональная коммуникация = Professional Communication : пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 1-23 01 02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций» / М. А. Гладко, О. А. Шуманская, Е. П. Маяк, Е. В. Шилей, В. Н. Поклад, М. Ю. Крылович. – Минск : МГЛУ, 2016. – 292 с.
- 2) Emmerson, Paul. Business English Handbook. Advanced. The whole of business in one book. – Macmillan Publishers Limited, 2011. – 128 p.

##### Дополнительная литература

- 1) Barrett, Barney, Sharma, Pete. Networking in English. Informal communication in business. - Macmillan Publishers Limited, 2015. – 112 p.

- 2) Emmerson, Paul. Business Vocabulary Builder. Intermediate to Upper Intermediate. The words and phrases you need to succeed. – Macmillan Publishers Limited, 2013. – 176 p.
- 3) Evans, David. Decisionmaker. 14 business situations for analysis and discussion. – Cambridge University Press, 2008. – 100 p.
- 4) Fowles, Anthony, Miller, Margaret, Stocker, Jean. Executive Decisions: Business Case Studies and Communication Skills Training. Tom 2. – Nelson, 1995. – 167 p.
- 5) Guffey, Mary Ellen, Loewy, Dana. Essentials of Business Communication. - South-Western, Cengage Learning, 2012. – 592 p.
- 6) Means, Thomas L. Business Communication. – South-Western, Cengage Learning, 2010. – 672 p.
- 7) Stephens, Bryan. Meetings in English. Be effective in international meetings. - Macmillan Publishers Limited, 2011. – 126 p.

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ И ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

Студентам предлагается следующий перечень заданий для осуществления самостоятельной работы:

- подготовка докладов и презентаций на заданную тему;
- составление подборки для практического анализа из литературных/информационно-справочных/интернет-источников;
- анализ и обработка видео- и аудио-информации с последующим построением монологических высказываний;
- составление тематической подборки литературных/информационно-справочных/интернет-источников;
- выполнение творческих заданий (подготовка проектов, портфолио, полевых исследований, организация и проведение дебатов, ролевых игр и др.).

Для контроля выполнения самостоятельной работы студентов разрабатывается и формируется фонд оценочных средств, который включает:

- тестовые задания для самопроверки и самоконтроля;
- устный опрос, дискуссию;
- обсуждение доклада, презентации;
- представление проекта.

Контроль выполнения заданий по самостоятельной работе осуществляется преимущественно на аудиторных занятиях в ходе обсуждения и/или презентаций выполненных заданий, а также в форме отзыва, доклада/отчета/реферата и путем экспресс-опроса студентов по вопросам, вынесенным на самостоятельное изучение.

### **ПЕРЕЧЕНЬ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ СРЕДСТВ ДИАГНОСТИКИ**

На практических занятиях используются такие средства промежуточного контроля, как фронтальный, групповой и индивидуальный опрос, выполнение тестовых заданий, анализ текста (устного выступления, печатной статьи или кейса), выступление с докладом или презентацией, представление проекта, доклада, портфолио или результатов исследовательского задания, участие в дискуссии или дебатах, ролевых играх.

Итоговая диагностика результатов учебной деятельности студентов по учебной дисциплине «Стратегии коммуникативного поведения» осуществляется в ходе текущей аттестации.

### **ТРЕБОВАНИЯ К ОБУЧАЮЩЕМУСЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ**

В ходе текущей аттестации для оценки результатов обучения применяются критерии оценивания, рекомендованные Министерством образования.

## Учебное издание

Составители            **Поплавская** Татьяна Викторовна  
**Алешкевич** Наталия Николаевна  
**Максименя** Наталья Николаевна

**СТРАТЕГИИ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ**

**Типовая учебная программа по учебной дисциплине  
для специальности:  
1-23 01 02 Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций  
(по направлениям)**

Редактор \_\_\_\_\_  
Ответственный за выпуск *Н.Н. Максименя*

Подписано в печать . . . . .2018. Формат 60x84 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Бумага офсетная. Гарнитура Таймс. Ризография. Усл. печ. л. . . . . Уч.-изд. л. . . . . Тираж экз. Заказ

Издатель и полиграфическое исполнение: учреждение образования «Минский госу-дарственный лингвистический университет». Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя, распространителя печатных изданий от 02.06.2017 г. № 3/1499. ЛП № 02330/458 от 23.01.2014 г.  
Адрес: ул. Захарова, 21, 220034, г. Минск.