

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ «БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**УТВЕРЖДАЮ**

Ректор учреждения образования  
«Белорусский государственный  
экономический университет»

\_\_\_\_\_ А.В. Егоров

«\_\_\_\_\_» 2021г.

Регистрационный № УД \_\_\_\_\_ /уч.

**СТРАТЕГИИ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ**

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине  
для специальности 1-23 01 02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных  
коммуникаций (Внешнеэкономическая деятельность)»

## **СОСТАВИТЕЛИ:**

Составители:

Ю.М. Маслов, доцент кафедры межкультурной экономической коммуникации факультета международных бизнес-коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат педагогических наук;

Н.М. Эдвардс, доцент кафедры межкультурной экономической коммуникации факультета международных бизнес-коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат педагогических наук

## **РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

## **РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой межкультурной экономической коммуникации учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № \_\_\_\_\_ от . . 2021)

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № \_\_\_\_\_ от . . 2021)

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа учебной дисциплины «Стратегии коммуникативного поведения» разработана для обучающихся по специальности 1-23 01 02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (по направлениям)» в соответствии с образовательным стандартом специальности.

Учебная дисциплина «Стратегии коммуникативного поведения» представляет собой изложение теоретических и практических основ оценки стратегий устного и письменного коммуникативного поведения партнера по общению в бизнес-среде и направлена на формирование аналитического мышления и творческого подхода к осмыслению процесса делового общения, выработки умений и навыков использования аналитических инструментов в процессе коммуникации в межкультурной среде.

В современных условиях развития международного сотрудничества, расширения контактов в бизнес-сфере возрастает потребность в специалистах по коммуникации, которые могут эффективно общаться с бизнес-партнерами с учетом формы коммуникации (устной и письменной), культурного и социального контекста, а также стратегий и тактик общения представителей различных корпоративных культур.

Успешность усвоения дисциплины «Стратегии коммуникативного поведения» обеспечивается предшествующей подготовкой студентов по таким дисциплинам, как «Теория межкультурной коммуникации», «Практический курс профессионально-ориентированной речи», «Практика устной и письменной речи», «Коммуникативные технологии», поскольку расширяет, углубляет и закрепляет знания и навыки, которые были ранее получены студентами.

Предпосылкой формирования навыков является отбор материала для анализа и работы над конкретными примерами бизнес-ситуаций с привлечением экспертов для независимой оценки кейсов из школ менеджмента ведущих европейских университетов, опыта обучающих магистерских программ MBA и Executive MBA, а также Гарвардской школы бизнес-технологий в США.

Учебная программа по учебной дисциплине «Стратегии коммуникативного поведения» учреждения высшего образования для специальности разработана с учетом основных положений концепции обучения иностранным языкам в системе непрерывного образования Республики Беларусь, концепции современного языкового образования, а также в соответствии со следующими нормативными документами:

1. Кодекс Республики Беларусь об образовании (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2011, № 13, 2/1795).

2. Образовательный стандарт «Высшее образование. Первая ступень. Специальность 1 – 23 01 02 Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (по направлениям), РБ «ОСВО 1-23 01 02-2013».

Организация обучения настоящей учебной дисциплине осуществляется на основе принципов *компетентностного, деятельностного и системного* подходов.

Основной *целью* учебной дисциплины «Стратегии коммуникативного поведения» для специальности 1-23 01 02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (по направлениям)» является овладение студентами знаниями, навыками и умениями коммуникации в сфере бизнес общения.

Учебная программа ориентирована на обучение стратегиям и тактикам коммуникации на английском языке на основе развития общей, лингвистической, прагматической и межкультурной компетенций, способствующих во взаимодействии с другими дисциплинами формированию профессиональных навыков студентов.

Основной *задачей* обучения учебной дисциплине «Стратегии коммуникативного поведения» является формирование, развитие и совершенствование профессиональной языковой (в широком смысле) компетентности специалиста, под которой подразумевается совокупность знаний, навыков и умений, позволяющих эффективно применять стратегии и тактики общения в среде межкультурной деловой среде.

### **Требования к уровню освоения учебной дисциплины**

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен

**знать:**

- особенности интерактивной диалогической модели, базовой модели бизнес-коммуникации, а также социальной модели бизнес-коммуникации в деловой культуре;
- принципы организации монологической, диалогической и полилогической коммуникации в деловой культуре;
- стратегии коммуникативного поведения в различных ситуациях в бизнесе.

**уметь:**

- применять знания и каналы коммуникации с учетом контекста и форм сообщений;
- формировать на практике релевантные стратегии и тактики коммуникативного поведения в различных ситуациях в бизнесе;
- использовать полученные знания для эффективного обеспечения межкультурной коммуникации в деловой среде;
- руководствоваться этическими нормами, предполагающими уважение к коммуникативным особенностям различных культур;

– анализировать особенности коммуникации и необходимость применения правил этикета в зависимости от среды общения.

**иметь навыки:**

- интерпретации стратегий и тактик устного и письменного коммуникативного поведения в зависимости от корпоративной культуры компании;
- инициирования, развития и завершения коммуникации в соответствии с организацией монологического, диалогического и полилогического общения;
- эффективного участия в повседневных профессиональных ситуациях общения;
- релевантного выбора модели коммуникативного поведения.

Изучение учебной дисциплины осуществляется на практических занятиях, а также в процессе самостоятельной работы студентов с рекомендуемой литературой и выполнением ряда дополнительных заданий.

### **Требования к академическим компетенциям специалиста**

Специалист должен:

- АК-1. Уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач.
- АК-2. Владеть системным и сравнительным анализом.
- АК-3. Владеть исследовательскими навыками.
- АК-4. Уметь работать самостоятельно.
- АК-5. Быть способным порождать новые идеи (обладать креативностью).
- АК-6. Владеть междисциплинарным подходом при решении проблем.
- АК-8. Обладать навыками устной и письменной коммуникации.
- АК-9. Уметь учиться, повышать свою квалификацию в течение всей жизни.

### **Требования к социально-личностным компетенциям специалиста**

Специалист должен:

- СЛК-1. Обладать качествами гражданственности.
- 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-7. Логично, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь, использовать навыки публичной речи, ведения дискуссии и полемики.

### **Требования к профессиональным компетенциям специалиста**

Специалист должен быть способен:

- ПК-1. Планировать, организовывать и вести профессиональную деятельность.
- ПК-4. Использовать в своей деятельности навыки делового общения.
- ПК-5. Создавать и редактировать документы с учётом специфики деловой коммуникации.

Научно-исследовательская деятельность

– ПК-8. Выбирать необходимые методы исследования, модифицировать существующие и применять новые методы, исходя из задач конкретного исследования.

– ПК-9. Использовать в работе современные компьютерные методы сбора, обработки и хранения информации.

– ПК-10. Представлять итоги научной работы в соответствии с предъявляемыми требованиями.

– ПК-12. Пользоваться научной и справочной литературой на русском, белорусском и иностранных языках.

Организационно-управленческая деятельность

– ПК-16. Взаимодействовать со специалистами смежных профилей.

– ПК-17. Вести переговоры, разрабатывать контракты с другими заинтересованными участниками.

– ПК-18. Готовить доклады, материалы к презентациям и представлять на них.

– ПК-19. Использовать современные средства теле- и Интернет-коммуникаций.

Инновационная деятельность

– ПК-21. Осуществлять поиск, систематизацию и анализ информации по перспективам развития отрасли, инновационным технологиям, проектам и решениям.

– ПК-24. Использовать достижения науки и передовых технологий в образовательной и научно-исследовательской сферах.

Всего часов по учебной дисциплине 278, в том числе всего часов аудиторных 132 часа – практические занятия. Форма контроля – дифференцированный зачет (7 семестр), экзамен (8 семестр).

**ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ**  
**7 семестр**  
**(72 часа)**

№ п/п	Название темы
	<b>Модуль 1 Основы деловой коммуникации (24 часа)</b>
1.1	Способы повышения эффективности деловой коммуникации.
1.2	Модели деловой коммуникации: базовая и социальная.
1.3	Роль информационных технологий в деловой коммуникации.
1.4	Этические аспекты современной деловой коммуникации.
1.5	Основные стратегии деловой коммуникации в компании.
	<b>Модуль 2 Деловая коммуникация в малых группах (24 часа)</b>
2.1	Динамика деловой коммуникации в малых группах.
2.2	Стратегии проведения деловых собраний и встреч.
2.3	Культура невербального поведения участников деловой коммуникации.
2.4	Этикетные формы деловой коммуникации в корпоративной среде.
2.5	Стратегии деловой коммуникации и обратной связи в малых группах.
	<b>Модуль 3 Стратегии письменной коммуникации в бизнесе (24 часа)</b>
3.1	Письменная коммуникация как компонент делового общения.
3.2	Приемы и способы подачи информации в письменных сообщениях.
3.3	Учет специфики целевой аудитории при письменной коммуникации.
3.4	Эффективные тактики оформления письменных сообщений.
3.5	Особенности структурирования сообщений разного жанра.

**8 семестр  
(60 часов)**

№ п/п	Название темы
	<b>Модуль 4</b> Стратегии ведения деловых переговоров (24 часа)
4.1	Социокультурные особенности переговорного процесса.
4.2	Подготовка к ведению переговоров с зарубежными партнерами.
4.3	Основные этапы переговорного процесса в бизнесе.
4.4	Стратегии речевого и неречевого поведения участников.
4.5	Практикум переговорного процесса: анализ ситуаций.
	<b>Модуль 5</b> Типичные ситуации общения в корпоративной среде (24 часа)
5.1	Общение в виртуальном пространстве: тактики и стратегии.
5.2	Подготовка стандартных деловых сообщений.
5.3	Тактики передачи сообщений с негативным содержанием
5.4	Способы реализации стратегии убеждения в деловой коммуникации.
5.5	Эффективные приемы проведения устных презентаций.
	<b>Модуль 6</b> Стратегии бесконфликтной коммуникации (12 часов)
6.1	Коммуникативные стратегии управления конфликтами.
6.2	Стратегии преодоления разногласий с сотрудниками и клиентами компании.
6.3	Стратегии противостояния обманным тактикам.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
«СТРАТЕГИИ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ»**

**7 семестр  
(72 часа)**

Номер темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практич. занятия	Семинар.	Лаборатор. занятия	Количество Часов УСР		
<b>Модуль 1 Основы деловой коммуникации (24 часа)</b>								
1.1	Способы повышения эффективности деловой коммуникации.		4				[1,3-9; 2, 11-13]	устный опрос
1.2	Модели деловой коммуникации: базовая и социальная.		4				[1,10-15;]	quiz, устный опрос
1.3	Роль информационных технологий в деловой коммуникации.		4			2	[1, 16-21;]	quiz, письменные эссе, case-study
1.4	Этические аспекты современной деловой коммуникации.		4				[1, 22-26; 2, 20-25]	quiz, устный опрос
1.5	Основные стратегии деловой коммуникации в компании.		4			2	[1, 27-33; 2, 91-94; 4, 6-7, 16-19]	quiz, устный опрос, case-study
<b>Модуль 2 Деловая коммуникация в малых группах (24 часа)</b>								
2.1	Динамика деловой коммуникации в малых группах.		4				[1, 35-41;]	устный опрос, эссе
2.2	Стратегии проведения деловых собраний и встреч.		4				[1, 42-46; 2, 13-17; 4]	quiz, письмо, case-study
2.3	Культура невербального поведения участников деловой коммуникации.		4			2	[1, 47-51; 3, 86; ]	письменные эссе, case-study
2.4	Этикетные формы деловой коммуникации в корпоративной среде.		4				[1, 52-56;]	письменные эссе, case-study
2.5	Стратегии деловой коммуникации и обратной связи в малых группах.		4			2	[1, 57-64; 2, 18-20; 26-31; 4, 18-25; 44-49]	quiz, письменные эссе, case-study
<b>Модуль 3 Стратегии письменной коммуникации в бизнесе (24 часа)</b>								
3.1	Письменная коммуникация как компонент делового общения.		4				[1, 94-105;]	устный опрос, письмо
3.2	Приемы и способы подачи информации в письменных сообщениях.		4				[1, 106-112;]	устный опрос, письмо
3.3	Учет специфики целевой аудитории при письменной коммуникации.		4			2	[1, 123-128;]	письмо, case-study
3.4	Эффективные тактики оформления письменных сообщений.		4				[1, 129-142;]	устный опрос, письмо
3.5	Особенности структурирования сообщений разного жанра.		4			2	[1, 144-152; 4, 30-34]	письмо, case-study
<b>Всего часов</b>				<b>60</b>			<b>12</b>	<b>Дифференцированный зачет</b>

## 8 семестр (60 часов)

Номер темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество Часов УСП		
<b>Модуль 4</b> Стратегии ведения деловых переговоров (24 часа)								
4.1	Социокультурные особенности переговорного процесса.		4				[1, 71-75; 2, 64-65; 4, 34-37]	quiz, устный опрос
4.2	Подготовка к ведению переговоров с зарубежными партнерами.		4				[2, 8-10; 3, 3-11; 80-81]	quiz, устный опрос, письмо
4.3	Основные этапы переговорного процесса в бизнесе.		4			2	[2, 66-76; 3, 16-17; 24-33; 44-45]	quiz, устный опрос
4.4	Стратегии речевого и неречевого поведения участников.		4				[1, 76-84; 2, 77-79; 3, 40-43; 4, 36-37]	quiz, устный опрос, case-study
4.5	Практикум переговорного процесса: анализ ситуаций.		4			2	[1, 85-91; 3, 18-19; 26-27; 32-33]	quiz, устный опрос, case-study
<b>Модуль 5</b> Типичные ситуации общения в бизнесе (24 часа)								
5.1	Общение в виртуальном пространстве: тактики и стратегии.		4				[1, 183-208]	устный опрос, письмо
5.2	Подготовка стандартных деловых сообщений.		4				[1, 224-240]	quiz, устный опрос, письмо
5.3	Тактики передачи сообщений с негативным содержанием		4			2	[1, 254-273; 2, 34-36]	устный опрос, письмо, case-study
5.4	Способы реализации стратегии убеждения в деловой коммуникации.		4				[1, 291-310; 3, 36-37]	quiz, письмо, case-study
5.5	Эффективные приемы проведения устных презентаций.		4			2	[1, 453-475, 4, 26-29]	презентации, case-study
<b>Модуль 6</b> Стратегии бесконфликтной коммуникации (12 ч.)								
6.1	Стратегии преодоления разногласий с сотрудниками и клиентами компании.		4				[2, 43-46; 4, 38-41]	quiz, устный опрос, case-study
6.2	Коммуникативные стратегии управления конфликтами.		2			2	[2, 34-42; 4, 20-21]	quiz, устный опрос, case-study
6.3	Стратегии противостояния обманным тактикам.		2			2	[2, 47-51; 3, 38-39]	quiz, устный опрос, case-study
<b>Всего часов</b>			<b>48</b>			<b>12</b>		<b>Экзамен</b>

**CURRICULUM**  
**«STRATEGIES FOR COMMUNICATIVE BEHAVIOR»**

**Semester 7**  
**(72hrs)**

Name of Unit	Name of Module, Unit	Academic Hours					Other	Assessment
		Lectures	Practical Classes	Seminars	Lab Classes	Tutorials		
<b>Module 1 Business Communication Basics (24 hrs)</b>								
1.1	Ways for more efficient business communication.		4				[1,3-9; 2, 11-13]	oral questioning
1.2	Business communication models: basic and social.		4				[1,10-15;]	quiz, oral questioning
1.3	Information technology roles in business communications.		4			2	[1, 16-21;]	quiz, essays, case-study
1.4	Contemporary business communication ethics.		4				[1, 22-26; 2, 20-25]	quiz, oral questioning
1.5	Company's major business communication strategies.		4			2	[1, 27-33; 2, 91-94; 4, 6-7, 16-19]	quiz, oral questioning, case-study
<b>Module 2 Business communication in small groups (24 hrs)</b>								
2.1	Small groups dynamics in business communication.		4				[1, 35-41;]	oral questioning, эссе
2.2	Strategies for business meetings and appointments.		4				[1, 42-46; 2, 13-17; 4]	quiz, message, case-study
2.3	Culture of business communicators non-verbal behavior.		4			2	[1, 47-51; 3, 86; ]	essays, case-study
2.4	Ethical business communication in a corporate environment.		4				[1, 52-56;]	essays, case-study
2.5	Business small group communication and feedback strategies.		4			2	[1, 57-64; 2, 18-20; 26-31; 4, 18-25; 44-49]	quiz, essays, case-study
<b>Module 3 Written communication strategies in business (24 hrs)</b>								
3.1	Written communication as a component of business communication.		4				[1, 94-105;]	oral questioning, message
3.2	Ways and means of written communications.		4				[1, 106-112;]	oral questioning, message
3.3	Targeting the audience in written communication.		4			2	[1, 123-128;]	message, case-study
3.4	Effective written communication tactics.		4				[1, 129-142;]	oral questioning, message
3.5	Customized message structuring in different genres.		4			2	[1, 144-152; 4, 30-34]	message, case-study
<b>Total hours</b>			<b>60</b>			<b>12</b>		<b>Differential credit-test</b>

**Semester 8**  
**(60 hrs)**

Name of Unit	Name of Module, Unit	Academic Hours					Other	Assessment
		Lectures	Practical Classes	Seminars занятия	Lab Classes	Tutorials		
<b>Module 4 Business Negotiation Strategies (24 hrs)</b>								
4.1	Negotiation sociocultural features.		4				[1, 71-75; 2, 64-65; 4, 34-37]	quiz, oral questioning
4.2	Arrangements and preparation for international negotiations.		4				[2, 8-10; 3, 3-11; 80-81]	quiz, oral questioning, message
4.3	Key stages of business negotiation.		4		2		[2, 66-76; 3, 16-17; 24-33; 44-45]	quiz, oral questioning
4.4	Negotiation verbal and non-verbal behavior strategies.		4				[1, 76-84; 2, 77-79; 3, 40-43; 4, 36-37]	quiz, oral questioning, case- study
4.5	Negotiation process workshop: case-studies.		4		2		[1, 85-91; 3, 18-19; 26-27; 32-33]	quiz, oral questioning, case- study
<b>Module 5 Typical Communicative Business Situations (24 hrs)</b>								
5.1	Virtual communication: tactics and strategies.		4				[1, 183-208]	oral questioning, message
5.2	Standard business message development.		4				[1, 224-240]	quiz, oral questioning, message
5.3	Negative-content message tactics.		4		2		[1, 254-273; 2, 34-36]	oral questioning, message, case-study
5.4	Implementation of business communication persuasion strategy.		4				[1, 291-310; 3, 36-37]	quiz, message, case-study
5.5	Effective oral presentation techniques.		4		2		[1, 453-475, 4, 26-29]	presentation, case-study
<b>Module 6 Conflict-free-communication Strategies (12 ч.)</b>								
6.1	Strategies for bridging the differences in internal and external company's communication.		4				[2, 43-46; 4, 38-41]	quiz, oral questioning, case- study
6.2	Communicative conflict management strategies.		2		2		[2, 34-42; 4, 20-21]	quiz, oral questioning, case- study
6.3	Strategies to handle deceptive tactics.		2		2		[2, 47-51; 3, 38-39]	quiz, oral questioning, case- study
<b>Total hours</b>			<b>48</b>		<b>12</b>			<b>Examination</b>



