

## **ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ: ОБОБЩЕНИЕ ОПЫТА, ПОИСК МЕТОДИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ**

**Н.В. Барышников, В.Л. Бернштейн**

**Аннотация.** Теоретически осмыслены трудности и противоречия процесса формирования коммуникативной межкультурной компетенции у студентов, изучающих иностранный язык в российских образовательных учреждениях нелингвистического профиля. Проанализированы используемые в настоящее время организационно-методические меры по совершенствованию языковой подготовки студентов-нелингвистов: формирование эмпатийной двунаправленности партнеров по межкультурному диалогу, переход от обучения общему английскому к деловому английскому, ролевые игры. Установлено, что каждый из упомянутых вариантов совершенствования процесса формирования коммуникативной межкультурной компетенции у студентов-нелингвистов оказывает положительное воздействие на процесс формирования иноязычных компетенций, вносит элементы новизны в стандартное взаимодействие студентов и преподавателя. Однако их одновременная или последовательная реализация оказывается недостаточной для достижения уровня владения обучающимися иноязычной коммуникативной межкультурной компетенцией, предусмотренного ФГОС нового поколения. Образовательная практика и внедрение в нее упомянутых организационно-методических мер свидетельствуют о наличии существенных противоречий и трудностей, связанных, прежде всего, с культурно-дидактическими и социально-психологическими аспектами процесса овладения обучающимися коммуникативной межкультурной компетенцией, в том числе с использованием в образовательной практике учебников по деловому английскому зарубежных авторов. Противоречия и трудности обусловлены преимущественно аутентичными текстами из учебников, в которых представлены отдельные негативные факты российской бизнес-культуры. Обучающиеся, будучи неспособными к объективной оценке самих себя и бизнес-культуры своей страны, как правило, испытывают психологический дискомфорт при чтении текстов из зарубежных учебников. В статье аргументируется методическое решение, как устранить острые противоречия и значительные трудности процесса формирования иноязычной коммуникативной межкультурной компетенции в заданных условиях обучения английскому языку, в том числе: создание условий для осознания обучающимися полезности информации о российской бизнес-культуре, содержащейся в аутентичных текстах зарубежных учебников, организация обсуждения таких животрепещущих проблем, как российский бизнес глазами зарубежных партнеров, культура деловых отношений в России и др. в процессе аудиторной иноязычной коммуникативной практики; разработка и внедрение в образовательную практику интегративного учебного курса, включающего практикум по деловому английскому языку и цикл интегративных лекций под общим названием «Стратегии и тактики межкультурного делового сотрудниче-

ства», подготовленного на базе учебника Н.В. Барышникова «Основы профессиональной межкультурной коммуникации».

**Ключевые слова:** межкультурная компетенция; овладение; студенты-нелингвисты; трудности; противоречия; обобщение опыта; поиск; методическое решение; деловые игры; деловой английский; интеграция; курс; межкультурная коммуникация.

## **Введение**

Формирование иноязычной коммуникативной межкультурной компетенции у обучающихся образовательных учреждений различных типов и профилей является, как известно, приоритетной целью обучения иностранным языкам, которая реализуется на основе компетентностного подхода. В этой связи в российской образовательной системе значительно возросла роль предмета «Иностранный язык», изменились его статус и целевые установки. В частности, для студента-нелингвиста иностранный язык стал не только средством приобретения иноязычной коммуникативной компетенции, но и основой формирования социальных, культурных, политических и других компетенций, обеспечивающих развитие способности брать на себя ответственность, участвовать в принятии совместных решений, преодолевать и регулировать конфликты [1].

Особое место в обучении предмету «Иностранный язык» среди значимых компетенций занимает межкультурная компетенция, обеспечивающая умение взаимодействовать с представителями других культур, формировать уважительное, толерантное отношение к инофонным партнерам по межкультурному диалогу, поскольку в данной сфере значительных результатов до сего времени не достигнуто.

В течение последних 10–15 лет на эмпирическом уровне сложилась некая методическая система формирования коммуникативной межкультурной компетенции студентов, обучающихся по направлению подготовки в сфере международного бизнеса, менеджмента, международных экономических отношений. Однако объективный анализ образовательной практики свидетельствует о том, что в обучении деловому английскому языку имеются существенные противоречия в образовательном процессе, значительные организационно-методические трудности его реализации, связанные с культурно-дидактическими и социально-поведенческими аспектами процесса овладения обучающимися иноязычными компетенциями.

## **Методология исследования**

Методологической базой рассмотрения проблем формирования иноязычной коммуникативной межкультурной компетенции является интегративный подход, который реализован в широком и узком смыслах.

В широком смысле интегративный подход к формированию иноязычной коммуникативной межкультурной компетенции предусматривает взаимосвязанное овладение обучающимися всеми ее компонентами.

В узком смысле интегративная связь обеспечивается реализацией практикума по деловому английскому языку в сочетании с циклом интерактивных лекций по учебному курсу «Стратегии и тактики межкультурного делового сотрудничества». Данная интеграция имеет далеко не формальный характер: ею обеспечивается целенаправленное формирование коммуникативной межкультурной компетенции будущих российских специалистов по международному бизнесу, в процессе выполнения творческих заданий и этюдов вырабатывается индивидуальный стиль межкультурного взаимодействия с потенциальными партнерами по международному бизнесу.

Осмысление и переосмысление основных трудностей и противоречий процесса формирования коммуникативной межкультурной компетенции обучающихся, с учетом многолетнего опыта преподавания английского языка студентам факультетов бизнеса, управления и экономики, квалифицируются также как методологическая платформа принятия методического решения по их устранению.

### **Исследование и результаты**

Анализ образовательной практики свидетельствует о том, что процесс формирования иноязычной коммуникативной компетенции реализуется без учета ее межкультурного компонента, вследствие чего обнаруживаются противоречия между целевой установкой обучения студентов упомянутого профиля подготовки и реальными условиями его использования в их будущей профессиональной деятельности. Известно, что данное противоречие обнаружено не сегодня и не вчера. В течение длительного времени предпринимались различные варианты его устранения. В частности, в обучении английскому языку большие надежды возлагались на использование ролевых игр, цель которых, как известно, развитие личностно-ориентированной иноязычной речи. Ролевые игры находят широкое применение в практике обучения английскому языку, опыт их использования как авторами, так и другими преподавателями широко представлен в методической литературе, в частности, в журнале «Иностранные языки в школе» [2, 3]. Не затрагивая всех достоинств и недостатков использования ролевых игр в процессе формирования иноязычной коммуникативной компетенции, хотелось бы уточнить, что использование ролевых игр на занятиях по английскому языку способствует становлению таких важных качеств иноязычной речи, как инициативность, спонтанность, вариативность, умение поддержать общение, корректно завершить его и / или ненавязчиво перейти к другой проблематике.

Однако необходимо со всей очевидностью осознавать, что аудиторные тренировки в иноязычном общении в виде ролевой игры не имеют ничего общего с реальной межкультурной коммуникацией.

По своей методической сути ролевая игра обеспечивает лишь симуляцию межкультурной коммуникации и только в монокультурной среде [4]. Мы считаем, что тренировка в межкультурной коммуникации обучающихся в условном диалоге со своими сверстниками, выполняющими роль иноязычного партнера, малоэффективна в виду отсутствия реального межкультурного взаимодействия, в виду неадекватного исполнения роли инофонного партнера обучающимися-руссофонами. Для реального продуктивного межкультурного диалога потенциальному партнеру необходимо:

- осознавать чужеродность культуры партнера по взаимодействию;
- воспринимать своего партнера не по стандартным стереотипам, а по его личностным свойствам;
- иметь адекватное представление о восприятии и отношении инофонного партнера к бизнес-культуре нашей страны и ее полномочным представителям;
- проявлять готовность к межкультурному взаимодействию несмотря на различную степень несовершенства владения языком своего потенциального инофонного партнера.

### **Эмпатийный компонент в коммуникативной межкультурной коммуникации**

Даже овладение всеми компонентами иноязычной коммуникативной межкультурной компетенции не является гарантией беспрепятственного межкультурного диалога. Объективно говоря, межкультурное коммуникативное взаимодействие сопряжено с многочисленными трудностями различного происхождения, средством преодоления которых нередко считается формирование эмпатии, трактуемой в современной психологии как способность человека понимать эмоциональное состояние другого человека путем сопереживания, проникновения в его субъективный мир. В такой трактовке понятие «эмпатия» интенсивно исследуется в различных аспектах антропологии, в том числе в сфере отношений межличностных, семейных, общественных и пр.

Ряд авторов, развивая и конкретизируя содержание понятия «эмпатия», определяют ее как адекватное восприятие внутреннего мира другого человека, его скрытых эмоций, использование всей глубины понимания этого человека не в своих, а в его интересах [5].

При рассмотрении эмпатии в контексте формирования коммуникативной межкультурной компетенции необходимо четко осознавать,

что возможности использования партнером по межкультурной коммуникации «всей глубины понимания представителя другой стороны в своих интересах» целесообразно минимизировать. Мы считаем необходимым ограничить реализацию так называемого эмпатийного компонента межкультурной компетенции, демонстрируя обучающимся обоснованную одним из авторов настоящей статьи «эмпатическую двуправленность специалиста по межкультурной коммуникации», в которой автор предусматривает, с одной стороны, на основе понимания внутреннего мира, скрытых эмоций и смыслов партнера оказание ему поддержки в преодолении психологических, эмоциональных, коммуникативных и других барьеров, а с другой стороны, ограничивая в проникновение скрытых эмоций, смыслов, переживаний, которые могут быть использованы не в пользу последнего [6. С. 233].

Таким образом, эмпатийный компонент межкультурной компетенции, если не ограничивает его реализацию, может нанести ущерб межкультурному диалогу.

**От общего английского до делового английского,  
от дома Мануэлей до иностранных авторских учебников  
From General English to Business English, From home Manuals  
to Foreign author's text-books**

Улучшить языковую подготовку, как показывает практика, позволяет методически обоснованный переход от обучения общему английскому (General English) к деловому английскому (Business English). Повышение качества владения языком обеспечивается благодаря резкому повышению интереса обучаемого к обсуждаемой профессиональной тематике курса делового английского языка и, как следствие, усилению мотивации к его изучению. Именно изучая Business English, студент начинает ощущать себя специалистом, который участвует в решении предложенных преподавателем проблемных ситуаций в сфере бизнеса и обсуждает реальные задачи своей будущей профессии. В процессе коммуникативной практики обучаемый осознает острую необходимость расширения профессионального словаря, формирования умений корректно сформулировать свою мысль и адекватно донести ее до собеседников в нужный момент, а также верно понять услышанное – и это является тем стимулирующим фактором, который интенсифицирует работу над всеми языковыми аспектами.

Что касается использования учебников по английскому языку, в том числе деловому английскому зарубежных авторов, то в этом вопросе не все так однозначно. Не будет преувеличением сказать, что несколько лет тому назад использование зарубежных учебников считалось методической панацеей от всех неудач и ошибок в обучении ан-

глийскому языку. Уместно упомянуть, что несмотря на отсутствие каких-либо экспериментальных данных, свидетельствующих об эффективности использования учебников зарубежных авторов в образовательной практике российских образовательных учреждений, тенденция к использованию зарубежных учебников сохраняется до сегодняшнего дня.

Вместе с тем нельзя не заметить, что в настоящее время зарубежные учебники используются в образовательной практике более взвешенно, апробируются различные варианты, в том числе применяются отдельные виды упражнений и заданий, заимствуется аутентичный языковой / речевой материал. Другими словами, зарубежные учебники по необходимости подвергаются методической адаптации.

Объективной оценке эффективности использования зарубежных учебников способствует обобщение опыта работы с ними.

Обобщение многолетнего опыта преподавания английского языка по учебнику «Market Leader» издательства Pearson Education Limited, используемого в неязыковых вузах Москвы и других городов России на факультетах бизнеса, управления, экономики в курсе делового английского языка (аспект Business English), позволяет определить адекватное методическое решение. Эти учебники действительно обладают целым рядом достоинств, самым значимым является аутентичный языковой материал из газеты «The Financial Times».

Структура учебника логична и методически целесообразна. Учебник каждого уровня сложности состоит из 12 разделов, предназначенных для эффективной работы в аудитории, а также четырех разделов «Working Across Cultures», посвященные межкультурному общению; также имеются 24 аутентичные статьи с заданиями для самостоятельной / дополнительной работы в прилагаемой книге для преподавателя.

Самым существенным недостатком учебников является отсутствие материалов о России или, еще хуже, наличие в них текстовых материалов тенденциозного характера.

Например, в тексте «My Visit to Russia» (by Melissia Petrides) раздела «Working Across Cultures» [7. Р. 31], написанном в форме дневника руководителя американской компании, бизнес-леди описывает опыт двухнедельного визита в Россию по предварительной договоренности о создании совместного предприятия в России. Статья повествует о том, что, прибыв в Москву, бизнес-леди приходится посещать дачу, сауну и обеды в течение двух недель, наталкиваясь на чуждый мир бизнеса, в котором личные знакомства считаются надежнее самых именитых международных юридических компаний, а решение основного вопроса – открытие совместного предприятия – зависит от личной встречи с министром, которую сложно организовать. Из текста следует, что предварительные договоренности с представителями российской стороны не работают, и бизнес-леди покидает Россию без какого-либо ре-

зультата. После прочтения данного текста студентам предлагается проанализировать культурные различия, которые привели к непониманию между партнерами. В разделе Listening эксперт по России дает разъяснение тех или иных недоразумений и поступков российских партнеров, частично оправдывая поведение русских национальными традициями, такими, как прямота речи, звучащая «abrupt», важность установления личных взаимоотношений, бюрократические проволочки, которые «takelonger», чем в других странах [7. P. 139].

В тексте «Hot and Cold Reception Awaits Moscow's visitors» (by Isabel Gorst) [8. P. 124] дано обобщенное видение российского бизнеса и его представителей начиная с 1990-х гг., когда зарубежным партнерам приходилось брать с собой на деловые переговоры психологов, оказывавших иностранным бизнесменам помощь в понимании происходящего в России. Автор пишет, что и через 20 лет, т.е. в наше время, русский бизнес остался прежним. По мнению автора, бизнес в России представляет собой смесь авторитаризма и полной бесконтрольности «free-wheeling», русские бизнес-партнеры остаются «outsides with suspicion», несмотря на построенные штаб-квартиры «Flashy corporate headquarters», также как и получившие степени «teams of English-speaking managers with Western MBAs». Основными чертами русского бизнеса названы: неумение отделить рабочее время от личной жизни, неоднозначность толкования законов в нашей стране, сложность установления доверия между партнерами, прерогатива личных контактов в вопросах бизнеса, которые могут быть решены только самыми высшими должностными лицами; бесполезность предварительных договоренностей, а также бесполезность подготовки содержательных бизнес-презентаций. Также странной названа традиция русских обращаться друг к другу по имени и отчеству, что вносит путаницу в умы иностранных партнеров. Завершает статью описание внешнего вида русских партнеров, для которых имеют большое значение внешние атрибуты «business kits»: часы «chunky timepieces», дорогая обувь «the more expensive the better», большие автомобили.

Первая реакция студентов на реалии российского бизнеса, представленные в статьях из газеты «The Financial Times», – это оскорбленность и досада, поскольку студенты, обучающиеся в престижных вузах Москвы, по своему психологическому типу, как правило, неспособны к объективной оценке самих себя как потенциальных партнеров по международному диалогу. Затронув психологически тонкие аспекты межкультурного взаимодействия, мы отдаем себе отчет в том, что особенности отечественного бизнеса и культура его реализации достаточно хорошо известны. Психологический парадокс заключается в том, что свои недостатки и очевидные изъяны мы осознаем, признаем и пытаемся их искоренять, а те негативные явления, на которые указывают наши

иностранцы по взаимодействию, нередко воспринимаются неадекватно, с обидой, раздражением, даже негодованием. В этой связи существенной задачей в процессе овладения обучающимися иноязычной коммуникативной межкультурной компетенцией является научить их адекватному восприятию самих себя и реалий российского бизнеса. Средством ее реализации являются объективное осмысление содержания статей и зарубежных учебников, обстоятельное ознакомление с реалиями их будущей профессиональной сферы, вследствие чего студенты начинают относиться к восприятию инофонными партнерами нашей действительности по-иному. Студенты осознают полезность данной информации, так как она позволяет им посмотреть на себя со стороны и поразмышлять.

Содержание статей, подобных упомянутому выше, дает возможность организовать в процессе аудиторной иноязычной коммуникативной практики обсуждение таких важных проблем, как:

- национальные особенности деловой культуры России;
- российский бизнес глазами зарубежных партнеров;
- культура деловых отношений в нашей стране;
- как избежать непонимания в межкультурной коммуникации и как реагировать, если оно возникло;
- роль стереотипов в современных деловых отношениях;
- влияние стереотипов на вхождение России в глобальный деловой мир;
- возможность разрушить негативный стереотип и как это сделать;
- сохранение национальной идентичности в глобальном мире;
- толерантность и ее влияние на развитие плодотворного международного взаимодействия.

Перечисленные темы, равно как и многие другие, обсуждаются на занятиях по английскому языку в следующих коммуникативных мероприятиях:

- реферирование дополнительной литературы по данной проблематике с последующим обсуждением;
- студенческие конкурсы на лучший профессиональный перевод или доклад на иностранном языке;
- поиск профессионально ориентированных материалов на иностранном языке в сети Интернет;
- конференции, круглые столы, теоретические семинары на иностранных языках с последующей публикацией материалов;
- дискуссии, решение проблемных заданий [1].

Многолетний поиск путей, способствующих организации процесса формирования межкультурной коммуникативной компетенции, привел нас к идее интегративного подхода. С учетом того, что студен-



ты третьего года обучения факультета «Международный бизнес» владеют английским языком на уровне не ниже Intermediate, нами разработаны интегративный курс, включающий практикум по деловому английскому языку, и цикл интерактивных лекций на английском языке по проблемам профессиональной межкультурной коммуникации под общим названием «Стратегии и практики межкультурного делового сотрудничества».

В программу курса включены основные разделы учебника Н.В. Барышникова «Основы профессиональной межкультурной коммуникации», в том числе:

- иноязычная коммуникативная компетенция специалиста;
- профессиональная межкультурная коммуникация;
- равностатусность межкультурного диалога;
- стратегии и тактики профессиональной коммуникации. Рабулистические стратегии атаки. Эристические стратегии самозащиты;
- переговорный процесс как основа делового взаимодействия. Виды переговоров и их структура. Умение моделировать переговорный процесс. Умение быть тонким стратегом. Манипуляции в переговорном процессе;
- культурные различия в переговорном процессе. Эмоционально-психологическое восприятие отдельных фактов иных культур. Особенности бизнес-коммуникации в России;
- невербальная коммуникация профессионального уровня. Межкультурные различия в невербальной коммуникации. Эмоции в межкультурном диалоге и способность ими управлять [1].

В программу также включены отдельные аспекты теории коммуникации, которые интересны и необходимы студентам – будущим участникам межкультурного бизнес-диалога. В частности, речь идет о таких тематических блоках как:

- коммуникация и ее уровни. Коммуникация в группе. Массовая коммуникация и ее роль в современном мире;
- типы коммуникабельности людей.

Одной из самых значимых тем для будущих специалистов в области бизнеса и управления является «Переговоры», так как это основная форма межкультурной профессиональной коммуникации. Хотя организационно-методическая структура переговоров практически универсальна, каждый переговорный процесс имеет свои уникальные факторы, в том числе: всегда новые партнеры по переговорам; неповторяющиеся условия ведения переговоров; своеобразие предмета обсуждения; стратегии и тактики ведения переговоров, адекватные целям, условиям переговоров и их предмету [6].

По этим причинам данная тема занимает приоритетное место в интегрированном курсе.

Детальный поиск адекватного решения методических проблем формирования иноязычной коммуникативной межкультурной компетенции у студентов, изучающих международный бизнес, оказался весьма продуктивным: обоснована и апробирована методическая модель интегрированного курса, состоящего из практикума делового английского языка и цикла интерактивных лекций на английском языке «Стратегии и тактики межкультурного делового сотрудничества».

Первые результаты реализации интегративного подхода к процессу формирования иноязычной профессиональной коммуникативной межкультурной компетенции вполне обнадеживающие. Мы вполне допускаем в процессе дальнейшего совершенствования интегративного курса возможные уточнения и коррективы, но методическая основа представляется надежной, жизнеспособной и перспективной.

### *Литература*

1. **Бернштейн В.Л.** Иноязычный компонент в системе высшего профессионального образования. М. : МГЭИ, 2008. 134 с.
2. **Бернштейн В.Л.** Некоторые приемы развития умения неподготовленной речи // Иностранные языки в школе. 2004. № 7. С. 17–24.
3. **Жилкина Р.И.** Ролевые игры на уроках английского языка // Иностранные языки в школе. 2010. № 1. С. 34–38.
4. **Вартанов А.В.** Обучение межкультурной коммуникации в монокультурной образовательной среде. Пятигорск : ПГЛУ, 2009. 127 с.
5. **Мегедь В.В.** Типы и эмпатия. Киев, 1996. 296 с.
6. **Барышников Н.В.** Основы профессиональной межкультурной коммуникации : учеб. М. : Вузовский учебник – ИНФРА-М, 2018. 368 с.
7. **Cotton D., Falvey D., Kent S.** Market Leader Upper Intermediate 3<sup>rd</sup> Edition // Business English Course Book. Pearson Education LTD, 2011. 176 p.
8. **Mascull B.** Market Leader Upper Intermediate 3<sup>rd</sup> Edition // Business English Teachers' ResourceBook. Pearson Education LTD, 2011. 215 p.

#### **Сведения об авторах:**

**Барышников Николай Васильевич**, доктор педагогических наук, профессор, заведующий кафедрой межкультурной коммуникации, лингводидактики, педагогических технологий обучения и воспитания, ФГБОУ ВО «Пятигорский государственный университет» (Пятигорск, Россия). E-mail: baryshnikov@pgu.ru

**Бернштейн Виктория Леоновна**, доцент, кандидат педагогических наук, доцент, кафедры иностранных языков Института бизнеса и делового администрирования ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ» (Москва, Россия). E-mail: bernstein@mail.ru

*Поступила в редакцию 21 сентября 2018 г.*

### **THE FORMATION OF PROFESSIONAL COMMUNICATIVE INTERCULTURAL COMPETENCE: SUMMARISING THE EXPERIENCE AND SEARCHING FOR NEW DIDACTIC SOLUTIONS**

**Baryshnikov N.V.**, Dr.Sc. (Education), Professor, Head of the Department of Intercultural Communication, Linguodidactics, Pedagogical Technologies of Training and Education (Pyatigorsk, Russia). E-mail: baryshnikov@pgu.ru

**Bernshteyn V.L.**, Ph.D. (Education), Associate Professor, Institute of Business and Business Administration of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Moscow, Russia). E-mail: [bernstein@mail.ru](mailto:bernstein@mail.ru)

DOI: 10.17223/19996195/43/9

**Abstract.** The difficulties and contradictions connected with formation process of communicative cross-cultural competence of non-linguistic profile students studying a foreign language in Russian educational institutions are theoretically considered in this article. Modern organizational and methodological measures directed to improve the language training of non-linguist students: cross-cultural partners' empathic bi-directionality formation, the transition from teaching general English to business English, and role-playing games are being developed. It is established that each of the mentioned variants of communicative cross-cultural competence improving of non-linguist students positively influences the foreign competencies formation process, introduces elements of novelty into the students and teachers standard interaction. However, their simultaneous or sequential implementation is not sufficient to achieve the level of communicative cross-cultural competence knowledge that is envisaged by the new generation Federal State Educational Standard. The educational practice and the introduction of the mentioned organizational and methodical measures testify to the existence of significant contradictions and difficulties connected primarily with the cultural, didactic and socio-psychological aspects of mastering communicative cross-cultural competence, including the use of textbooks on business English written by foreign authors. Contradictions and difficulties are mainly caused by authentic texts from textbooks, in which some negative facts of Russian business culture are presented. Students who are incapable of objective assessment of themselves and their country business culture, as a rule, tend to experience psychological discomfort when they read texts from foreign textbooks. The article provides a methodological solution to eliminate acute contradictions and significant difficulties in the communicative cross-cultural competence formation process in the given conditions of teaching English, including: creation of conditions for students to understand the usefulness of information on Russian business culture which can be found in authentic texts presented in foreign textbooks, discussion organization of such burning issues as Russian business through the eyes of foreign partners, the culture of business relations in Russia, etc. in classroom foreign-language communication practice; development and implementation into the educational training course practice, including a workshop on business English and a series of integrative lectures under the general title "Strategies and tactics of cross-cultural business cooperation", prepared on the basis of the textbook written by N.V. Baryshnikov "Fundamentals of professional cross-cultural communication".

**Keywords:** cross-cultural competence; mastering; non-linguist students; difficulties; contradictions; experience generalization; search; methodological decision; business games; business English; integration; course; cross-cultural communication.

### *References*

1. Bernshteyn V.L. (2008) Inoyazychniy komponent v sisteme vysshego professional'nogo obrazovaniya [Foreign component in the system of higher professional education]. M. : MGEL.
2. Bernshteyn V.L. (2004) Nekotoryye priemy razvitiya umeniya nepodgotovlennoy rechi [Some techniques for the development of skills unprepared speech] // Inostrannyye yazyki v shkole. 7. pp. 17–24.
3. Zhilkina R.I. (2010) Roleviye igry na urokakh angliyskogo yazyka [Role-playing games at lessons of English] // Inostrannyye yazyki v shkole. 1. pp. 34–38.

4. Vartanov A.V. (2009) Obucheniye mezhkul'turnoy kommunikatsii v monokul'turnoy obrazovatel'noy srede [Teaching intercultural communication in monocultural educational environment]. Pyatigorsk : PGLU.
5. Meged' V.V. (1996) Tipy i empatiya [Types and empathy]. Kiev.
6. Baryshnikov N.V. (2018) Osnovy professional'noy mezhkul'turnoy kommunikatsii : uchebnik [Fundamentals of professional intercultural communication: textbook]. M. : Vuzovskiy uchebnik – INFRA-M.
7. Cotton D., Falvey D., Kent S. (2011) Market Leader Upper Intermediate 3<sup>rd</sup> Edition // Business English Course Book. Pearson Education LTD.
- Mascull B. (2011) Market Leader Upper Intermediate 3<sup>rd</sup> Edition // Business English Teachers' ResourceBook. Pearson Education LTD.

*Received 21 September 2018*