

При деловом общении с представителями зарубежных стран возникает необходимость коммуникации на иностранном языке. Для постоянных деловых отношений необходимо знание языка той страны, с которой ведутся переговоры, либо английского. Так, например, для налаживания бизнеса, а также для удачного начала переговоров, принято здороваться с гостем на языке гостя. Это немного разряжает напряженную атмосферу перед началом переговоров, а также располагает к себе партнера.

Если переговоры предполагается вести на общем языке деловых коммуникаций – английском, а оба партнера не являются англо-говорящими гражданами, все равно обоим партнерам приятен обмен приветствиями на их родном языке. То же самое правило касается и ритуала прощания. Можно расположить к себе партнеров, непосредственно обратившись к ним на их родном языке.

При ведении деловых переговоров с зарубежными странами необходимо знать все стороны делового этикета страны-партнера. Например, англичане стремятся избегать категоричности, очень вежливы и требуют такого же обращения от других. В то же время он чуток к намекам, хорошо понимает юмор. Англичане-бизнесмены хорошо идут на сделки, отдача от которых будет через 5-10 лет. Англичане умеют не только работать, но и отдыхать и укрепляют свои контакты во время игры в теннис, гольф, скачек и посещения театров. Они очень активны на различных семинарах, симпозиумах, выставках. Американцы контакты устанавливают легче, чем англичане, без особого соблюдения правил этикета. Они уделяют большое внимание поискам контактов и сбору необходимых сведений, а также презентациям и рекламе. После деловой беседы обычно принято обедать или ужинать в ресторане. Во время непринужденной беседы пригодится знание иностранного языка (английского), практически каждый европейский и большинство бизнесменов из других стран владеет этим языком.

Итак, деловое общение – это межличностное общение с целью организации и оптимизации коммерческой, производственной деятельности, организации плодотворного сотрудничества.

СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ИДЕОЛОГИЧЕСКИХ ЗНАНИЙ В ВУЗЕ

*Шлыкова Т.Ю., зав. кафедрой гуманитарных дисциплин, к.п.н.,
Институт предпринимательской деятельности, г. Минск*

Социально-гуманитарные дисциплины (СГД) являются необходимым условием и фундаментом успешного и прочного развития образовательной системы высших учебных заведений. В последние годы в системе высшего образования Республики Беларусь сложилась структура идеологической и воспитательной работы, которая охватывает всю учебную деятельность. В ее основе – формирование

целостной личности, воспитание интеллигентного, образованного, высоко нравственного человека, настоящего гражданина, патриота своей страны.

Идеологические знания как результат учебной деятельности формируются у студентов, прежде всего, посредством преподавания СГД. Идеологическую и воспитательную нагрузку СГД составляет воспитание гордости за свою страну, глубокое уважение к государственной символике, в которой представлена идеология нашего государства. Одной из целей преподавания СГД в современном ВУЗе является привитие молодому поколению основополагающих ценностей, идей, убеждений, отражающих сущность белорусской государственности, формирование активной гражданской и личностной позиции молодежи в становлении сильного и авторитетного государства.

На базе общих принципов и идеологических установок каждый конкретный ВУЗ должен выработать свою систему воспитательной работы с учетом конкретных параметров студенческого коллектива.

В рамках преподавания СГД важнейшими задачами идеологической подготовки молодежи являются:

- 1) формирование идеологически зрелого группового сознания и поведения студентов;
- 2) формирование каждого студента как сознательного гражданина общества, как носителя его духовных ценностей, нравственности и культуры.

Реализация этих задач возможна в условиях содержательной близости мировоззренческо-поведенческих позиций студентов и соответствующих тематических компонентов СГД. Это значит, что предварительные познавательные ожидания студентов должны быть оправданы, степень познавательной удовлетворенности должна быть достаточно высока.

В настоящее время идеологическая и воспитательная составляющая заложена в основе образовательного компонента каждого учебного предмета социально-гуманитарного блока. В последние годы с государственных позиций пересмотрено идеологическое наполнение содержания образования. Разработан и с 2004 года введен в учебный процесс курс «Основы идеологии белорусского государства», пересмотрено содержание дисциплин социально-гуманитарного цикла (философия, история Беларуси, политология). С 2005 года в ВУЗах введен курс «Великая Отечественная война советского народа», в преподавании которого нашли отражение новые подходы к патриотическому воспитанию учащейся молодежи. Указанные преобразования способствуют формированию нового уровня политического мышления студентов и осуществляются через:

1. Привитие в процессе преподавания СГД у молодежи гуманистических идеалов, которые инициируют новые формы взаимоотношений между людьми.
2. Достижение связи общечеловеческих ценностей с национальной идеей, что позволяет возродить интерес студенческой молодежи к национальному языку, культуре, традициям, истории своего государства и народа.

3. Развитие социально-правовой активности молодежи, предполагающее осознание не только своих прав, обязанностей и ответственности, но и реализацию в условиях социума, включая уважение прав и интересов других людей.

Современная идеологическая работа в среде студенческой молодежи направлена не только на определение ценностных приоритетов, но и на поиск новых эффективных форм и способов влияния на сознание молодежи.

Идеологическая нагрузка СГД в ВУЗе должна осуществляться не только на теоретико-концептуальном уровне, но и с помощью эмоционального психологического воздействия на личность студента. Это предполагает применение интерактивных методов влияния на студенческую молодежь.

В условиях развития общества и системы высшего образования учебные заведения страны последовательно переходят от системы учебных занятий и идеологических мероприятий к созданию идеологической среды, которая будет формировать личность не только содержанием образования и воспитания, но и уровнем межличностного общения, всем строем жизни обучающихся.

В рамках данной публикации представлена роль СГД в формировании идеологических знаний в ВУЗе, предпринята попытка провести анализ существующих условий проведения идеологической работы в рамках преподавания СГД.

Проведенный анализ указанных условий не исчерпывает актуальность существующей проблемы. Современная тенденция к сокращению дисциплин социально-гуманитарного блока не вполне адекватно отражает необходимость идеологического знания и роль СГД в его формировании. Вынесение таких СГД, как «Этика», «Эстетика», «Религиоведение», «Права человека», «Культурология», «Логика» за пределы основного учебного процесса в целом негативно скажется на идеологической подготовке и, в частности, на интериоризации моральных норм и традиций и правил поведения. Существующее противоречие между необходимостью идеологической и воспитательной работы и изменением условий ее проведения актуализирует указанную проблему.

СЛОГАН КАК ЭЛЕМЕНТ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

Юневич О.П., студентка 5 курса,

Институт предпринимательской деятельности, г. Минск

Слоган или фирменный лозунг является элементом фирменного стиля и одновременно описывает характер бренда. Он направлен на целевую группу и сегмент рынка и объясняет, почему носитель слогана и никто другой способен удовлетворить Ваши потребности, надежды, желания и амбиции.

Фирменный лозунг наиболее тесно связан с понятием бренда, так как определяет его характеристику компании, ее миссии и стиль ведения бизнеса, а также является