

4. Бизнес-план – сам *процесс планирования и инструмент внутрифирменного управления*. В этом смысле он представляет собой документ, делающий организацию восприимчивой к разного рода нововведениям: техническим, технологическим, информационным, экономическим и др.

5. Бизнес-план может быть хорошей *рекламой для предлагаемого бизнеса*, создавая деловую репутацию и являясь своеобразной визитной карточкой организации, поэтому он должен быть компактным, красиво оформленным, информационно насыщенным.

6. Бизнес-план является своего рода *документом, страхующим успех* предлагаемого бизнеса. Он демонстрирует готовность к риску.

Усвоение методики составления бизнес-плана дает менеджеру возможность лучше ориентироваться в рыночной среде, так как помогает выяснить финансовые потребности, проработать все финансовые детали и оценить шансы на получение прибыли, позволяет определить управленческие решения, разработать схему, которой необходимо следовать, а также служит инструментом коммуникации, определяя соответствующую ориентацию банкиров, инвесторов и возможных партнеров.

В заключение хотелось бы отметить, что выполнение данной курсовой работы вносит существенный вклад в совершенствование интегрированной подготовки специалистов, способных осуществлять инновационную деятельность в современных условиях жесткой конкуренции на внутреннем и внешнем рынках, поскольку правильно составленный бизнес-план в конечном счете отвечает на вопрос, стоит ли вкладывать деньги в какую-либо конкретную деятельность и принесет ли она прибыль. Не вызывает сомнения тот факт, что владение навыками бизнес-планирования повышает качество подготовки конкурентоспособного специалиста, адаптированного к быстро изменяющимся экономическим условиям деятельности современных предприятий (как производственных подразделений, так и учебных заведений различных уровней).

**О. И. Халупо**

## **ЯЗЫК И КОММУНИКАТИВНАЯ КУЛЬТУРА**

Язык и коммуникативная культура являются взаимосвязанными компонентами и оказывают большое влияние друг на друга, так как развитие и становление коммуникативной культуры происходит в процессе ис-

пользования языка, а овладение языком – на основе развития и становления общей культуры в целом и коммуникативной культуры в частности. Под коммуникативной культурой подразумевается та часть духовного богатства, которую способен дать человеку процесс обучения родному и иностранному языкам в учебном, познавательном, воспитательном и развивающем аспектах. Кроме того, коммуникативная культура рассматривается как совокупность умений и навыков в области средств общения и законов межличностного взаимодействия, которые способствуют взаимопониманию, эффективному решению задач общения.

Понятие коммуникативной культуры напрямую связано с понятием общей культуры. Поэтому, обучая студентов иностранному языку, необходимо развивать те направления, которые характеризуются взаимодействием различных культур и затрагивают вопросы межкультурного общения. Под взаимодействием различных культур принято понимать контакт и сотрудничество представителей разных национальностей, а понятие «культура» означает исторически определенный уровень развития общества, творческих сил и способностей человека, выраженный в типах и формах организации жизни и деятельности людей, а также в создаваемых ими материальных и духовных ценностях.

Как русский, так и иностранные языки всегда были и остаются источниками знаний о своей и другой культуре в их сопоставлении и взаимодействии. Основопологающим в данном случае является осознание, признание и принятие различий между культурами, в том числе и культурами общения, пробуждение интереса к ним, избавление от предубеждений и негативных стереотипов, воспитание толерантности и уважения к культурным различиям и правам человека, развитие межкультурной восприимчивости в отношениях с представителями других культур.

Жизнь заставляет по-новому взглянуть на проблемы обучения коммуникативной культуре, пересмотреть и проанализировать содержательное наполнение пособий, эффективность действующих методов, форм и условий обучения, положительно влияющих на процесс формирования коммуникативной культуры студентов. Поэтому основополагающей идеей следует считать положение о приоритетности иностранных языков в процессе формирования умений и навыков общения, поскольку язык хранит информацию о культурно-историческом развитии того или иного культурного сообщества, об обстоятельствах и факторах, влияющих на него и его развитие, выступает средством выражения мыслей человека.

Принцип коммуникативной культуры предусматривает:

- ориентацию и опору на культуру общения на родном языке, что способствует формированию потенциального участника процесса коммуникации, носителя ценностей родной культуры;

- изучение культуры народа страны изучаемого языка, под которой понимаются элементы социокоммуникации, особенности национальной ментальности, духовные и материальные ценности, формирующие национальное достояние;

- изучение соответствующей коммуникативной культуры, что является неотъемлемым условием развития умений и навыков адекватного коммуникативного поведения в ситуациях общения.

Реализация принципа коммуникативной культуры обеспечивается за счет:

- актуализации коммуникативных знаний и умений, отражающей межличностную и межкультурную направленность;

- проблемного обучения иностранному языку, т. е. использования в качестве основных форм коммуникативно-ситуативных установок, ролевых игр, проблемных ситуаций;

- отбора культурологического и лингвистического материала, отражающего языковую сущность коммуникативных высказываний студента.

В настоящее время часто отсутствуют достоверные источники о стране языка. И это приводит к тому, что убеждения студентов формируется на основе устаревших суждений и канонических текстов, а их высказывания являются результатом неосведомленности и отсутствия привычки самостоятельно мыслить.

Тексты учебников, написанные зачастую сухим языком, содержащие множество фактов без их оценки, лишённые иллюстраций и фотографий, не пробуждают воображение студентов, не затрагивают их эмоциональную сферу. В учебных текстах не всегда отражаются ценные в познавательном и гуманистическом отношении типичные явления действительности страны изучаемого языка. Недостаточно только учитывать необходимость сочетать и различать информацию общечеловеческого характера и национальную, нужно также предъявлять факты иностранного языка и культуры в сопоставлении с аналогичными фактами родного языка и культуры студентов.

Тексты учебников и книги для чтения лишь в небольшой степени способствуют тому, чтобы в сознании студентов сложилось реальное

представление о стране изучаемого языка. Этому мешает и отсутствие в учебно-методических комплексах (УМК) аутентичных материалов, подобных тем, с которыми сталкивается в повседневной жизни иностранец во время пребывания в стране (афиши, названия улиц, магазинов, кинотеатров, пояснения к картам, схемам). А ведь такие материалы вызывают интерес у студентов и поддерживают мотивацию учения. Любые образцы печатной информации, привезенные из стран изучаемого языка (театральные и автобусные билеты, бланки, телеграммы, журналы, газеты, календари и т. п.), привлекательны для студентов, так как отражают современную действительность страны. Их отсутствие в УМК существенно ослабляет мотивацию к изучению иностранного языка.

Государственный образовательный стандарт в число целей обучения иностранному языку на базовом уровне включает воспитание у студентов положительного отношения к иностранному языку, культуре народа, говорящего на этом языке. Образование посредством иностранного языка предполагает знание о культуре, истории, реалиях и традициях страны изучаемого языка, включение студентов в диалог культур, знакомство с достижениями национальных культур в развитии общечеловеческой культуры, осознание роли родного языка и культуры другого народа. Поэтому в формировании коммуникативной культуры можно выделить следующие важные задачи:

- 1) определение необходимого объема культурологического и лингвистического материала;
- 2) выявление умений и навыков коммуникативной культуры, соответствующих целям изучения иностранного языка в конкретной ситуации;
- 3) вовлечение студентов в деятельность общения.

Чтобы решить эти задачи, преподавателям следует постоянно знакомиться с соответствующими словарями, книгами, новыми пособиями, энциклопедиями, сайтами сети Интернет. Сегодня интересную аутентичную информацию можно получить отовсюду: из программ телевидения, газет, журналов, радио, Интернета.

Весь учебный процесс должен выступать как последовательное решение цепочки задач, соотносящихся с целями. Ведь известно, что на пути реализации конечных целей стоит множество промежуточных, которые и определяют наше продвижение к поставленным целям.