

## ФОРМИРОВАНИЕ КОММУНИКАТИВНОЙ ТАКТИКИ В ОБУЧЕНИИ ДЕЛОВОМУ ОБЩЕНИЮ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ (НА ПРИМЕРЕ НЕМЕЦКОГО И ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКОВ)

© С. А. Баукина\*, И. В. Новикова

*Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева  
Россия, Республика Мордовия, 430005 г. Саранск, ул. Большевикская, 68.*

Тел.: +7 (906) 379 48 54.

\*Email: baukina.svetlana@mail.ru

*Статья посвящена аспектам обучения на иностранном языке деловому общению, основанному на формировании коммуникативной тактики. В статье рассматриваются примеры тактики овладения иностранным языком на профессиональном уровне. Реализация коммуникативных стратегий и тактик речевого взаимодействия обусловлена хорошо систематизированными типичными факторами, обеспечивающими успешность их реализации. Авторы приводят определения понятий «деловое общение», «коммуникативная тактика», «фреймовый сценарий». Кроме того, также рассматриваются примеры тактики овладения иностранным языком на профессиональном уровне. Авторы моделируют примерные ситуации делового общения и представляют предлагаемые рамочные сценарии, а также примеры упражнений для отработки коммуникативных тактик, связанных с конкретной коммуникативной ситуацией, на основе немецкого и французского языков. Помимо понятия «коммуникативная тактика», авторы раскрывают сущность понятия коммуникативного намерения, акцентируя внимание на использовании речевых формул, клише, стереотипов, а также лингвистических и экстралингвистических факторов, которые способствуют не только построению эффективного делового общения, но и реализации коммуникативного намерения деловых партнеров. Коммуникативное намерение не только определяет роль собеседников как непосредственных участников акта общения, но и выступает своеобразным регулятором речевого поведения партнеров. Оно мотивирует речевой акт, лежит в его основе, воплощается в интенциональном смысле, который имеет различные способы языкового выражения в высказываниях. В качестве примеров мы рассмотрим типичные речевые ситуации, которые чаще всего используются в деловом общении на иностранном языке. Таким образом, понятие «коммуникативная тактика» содержит типичные особенности интенционального отношения говорящего, его места в процессе продуцирования высказываний, структурной организации различных типов интенций.*

***Ключевые слова:** коммуникативная тактика, интенция, языковая реализация, межсубъектное взаимодействие, фрейм-сценарий, иноязычное деловое общение.*

Деловое общение как массовый вид социальной коммуникации затрагивает разнообразные сферы применения. Сегодня, в условиях глобализации, мы наблюдаем тесное взаимодействие между странами, государственными институтами, социальными группами и т.д. Обучение иностранным языкам становится реальностью, в связи с чем, необходимость овладения языковыми формами и особенностями иноязычного делового общения все более возрастает, приобретая особое значение.

**Актуальность** данного исследования обусловлена тем, что проблема владения коммуникативными тактиками делового общения недостаточно освещена в науке, а однозначное определение понятия «деловое общение» отсутствует. В связи с этим нам представляется целесообразным рассматривать понятие коммуникативной тактики как совокупность речевых актов с заданной интенциональной программой действий. В связи с этим иноязычное деловое общение рассматривается нами как сложный многоступенчатый коммуникативный процесс. Следовательно, для его успешной реализации необходимо владение коммуникативным ми-

нимумом будущих специалистов в той или иной сфере делового общения.

**Целью нашего исследования** является изучение теоретического значения и содержания методики формирования тактик в деловом иноязычном общении.

Для достижения данной цели ставятся следующие **задачи**:

- обучить иностранному языку на достаточном уровне для осуществления профессиональной коммуникации;

- рассмотреть конкретные ситуации делового общения и приемлемые для этого коммуникативные тактики;

- дать определение специфики иноязычного делового общения, а также ее значимости в процессе обучения иностранному языку.

Не вызывает сомнения также **научная новизна** нашего исследования, которая заключается в анализе и теоретическом обобщении понятия «коммуникативная тактика», а также в разработке методики обучения иноязычному деловому общению при отборе и моделировании учебно-речевых ситуаций.

Учитывая специфику иноязычного делового общения, крайне важно, на наш взгляд, иметь профессиональный коммуникативно-достаточный языковой уровень подготовки. Следовательно, сама коммуникативная тактика, являясь «совокупностью действий, направленных на постановку прагматической цели, определение и разработку темы, регулирование интересубъективных взаимодействий» [2, с. 54], раскрывается через действия, заложенные в фреймовые сценарии, а также специально разработанную для них систему задач. «Фреймовый сценарий задает схему выполнения действия, являясь основным этапом в организации учебного процесса» [8, с. 16]. Вступая в общение с различными представителями делового сообщества, коммуникант ставит перед собой прагматическую цель, которая реализуется через намерение и языковые средства, где намерение понимается как «намерение коммуникативного намерения, как один из важнейших факторов достижения цели» [2, с. 55].

Ех.: А. Прочтите отрывок из диалога и определите коммуникативные намерения и прагматическую цель говорящего:

<p>Lind: Henrik Lind, Firma LANG in Kalmar, guten Morgen, Herr Jung. Jung: Guten Morgen, Herr Lind. Lind: Herr Jung, ich bin Geschäftsführer unserer Firma, und ich rufe wegen Ihrer Annonce in der letzten «Möbelrundschau» an. Wir sind ein mittelständischer Möbelhersteller und produzieren Qualitätsmöbel für den anspruchsvollen Kunden. Jung: Das klingt ja ganz interessant, Herr Lind. Lind: Zur Zeit sind wir dabei, unseren Export auszubauen, und wie ich auf der Landkarte sehe, liegt Heiligenhafen unter Vertriebsaspekten, es ist sehr günstig für uns. Haben Sie Autobahn- und DB-Anschluss [10, с. 35]?</p>	<p>M-me Joubert: Monsieur Robillard, je vous présente monsieur Edwards, des magazines «Housewares». Monsieur Edwards, notre Directeur, Monsieur Robillard. M. Edwards: Bonjour, Monsieur le Directeur. Enchanté de faire votre connaissance. M. Robillard: Bienvenue dans notre maison, monsieur. J'espère que vous aller passer un séjour agréable avec nous. Je vous présente notre équipe: monsieur Coupeau, le Directeur adjoint, monsieur Viguier, notre comptable, madame Gramont, Directrice du service des achats, monsieur Perec, Directeur des services administratifs, et Monsieur Mitrovic, qui s'occupe de l'entrepôt et des transports. M. Edwards: Très heureux de faire connaissance avec vous [3, с. 38].</p>
---	--

Прагматическая цель	Коммуникативное намерение
Знакомство с персоналом фирмы	Представить сотрудника фирмы с указанием должности
Расширение экспорта фирмы	Убедить в целесообразности предложения

В. Определите, на основе образца данного текста коммуникативное намерение и соответствующие способы его языкового выражения:

<p>Jung: Herr Lind, ich möchte mich herzlich bei Ihnen bedanken, dass Sie den Weg hierher gemacht haben, dass Sie ihn so schnell gemacht haben, auch wenn wir nun noch eine kleine Terminverzögerung hinnehmen müssten. Aber es zeigt mir doch, wie sehr Sie an einer Zusammenarbeit interessiert sind und ich hoffe, dass unser heutiges Gespräch einen guten Einstieg für eine zukünftige Zusammenarbeit bedeutet [10, с. 57].</p>	<p>Monsieur Laroche: M. Pavlov, je voudrais vous remercier chaleureusement d'avoir tous les détails. Cela me montre à quel point vous êtes intéressé par notre collaboration et j'espère que notre conversation d'aujourd'hui sera un bon point de départ pour la future collaboration [3, с. 43].</p>
--	--

Интенция: Языковое выражение:

С. На основе данного ниже фрагмента текста подготовьте небольшой диалог с постановкой прагматической цели:

Jung: Ja, wissen Sie, ursprünglich war es für uns so, dass wir nur die reine Standardeinrichtung gemacht haben, d.h. also Tische, Stühle, Schränke, Betten, alles was damit so zusammenhängt. Doch dann erforderte der Markt von uns eine Erweiterung dieser Sortimente, und wir haben dann hinzugenommen, alles was zum Wohnen gehört wie Lampen, wie Teppichboden, wie Hausrat, sogar Kuchen, und heute ist es soweit, dass wir nicht nur die Einrichtung machen, sondern dass wir also auch für den reinen Bau direkt zuliefern, d.h. alles was mit Holz zusammenhängt, wie Türen, Fenster und alle anderen Holzprodukte, die möglich sind für den Bau [10, с. 125].

В деловом общении наряду с прагматической целью присутствует тема высказывания, которую необходимо уметь правильно определить, развить, обосновать. Для логического развития темы высказывания и ее углубления рекомендуется использовать определенную схему, для достижения коммуникативного эффекта, подразумевающего доведение до сведения определенной информации. Например, при установлении контакта с деловым иностранным партнером при описании фирмы следует учитывать основные пункты для построения высказывания: название фирмы, географическое положение, история основания и развития фирмы, продукция, партнеры и т.д.

Для реализации этой тактики необходимо сформировать следующие действия:

- \* определение предмета делового разговора;
- \* формулировка темы / предмета делового разговора;
- \* составление плана последовательного раскрытия темы;
- \* определение главного в предлагаемой теме;
- \* разработка подробного описания темы;
- \* построить аргумент, используя конкретные факты.

Для отработки навыков этой тактики рекомендуется выполнять такие упражнения, как:

A. Прочтите фрагмент текста и определите тему высказывания:

Kreativität muss in den unteren Ebenen des Unternehmens geweckt werden, dort wo die Menschen den Kontakt zur Aufgabenstellung und zum Markt haben. Kreativität entsteht dadurch, dass man Abteilungsleiter zu Unternehmern macht: Sie müssen in die Lage versetzt werden, wirklich Führung, Kreativität, Fortschritt zu lernen, und sie müssen Fehler machen dürfen. Das lernt ein Mitarbeiter in einer hierarchischen Organisation überhaupt nicht. (Interview mit Reinhard Mohn) [10, c. 60].

Les premiers lois de protection sociale en France datent d'avant la seconde guerre mondiale. La loi du 9 avril 1898 sur les accidents du travail engage la responsabilité du chef d'entreprise celle du 30 avril 1930 institue une protection contre la plupart des risques sociaux (maladie, maternité, invalidité, vieillesse et décès) pour certains salariés de l'industrie et du commerce. Enfin, dès 1932, des allocations familiales sont versées par certains chefs d'entreprise à leur employés chargés de famille. Cependant, la totalité de la population ne bénéficie pas, en 1940, d'une protection sociale complète [5, c. 42].

B. Подберите факты, способствующие раскрытию темы:

– Выпишите предложения, иллюстрирующие развитие этой темы.

– Прочтите текст и выпишите основные понятия, раскрывающие данную тему, и найдите их русские эквиваленты.

Немецкий текст	Французский текст
	1. 1.
	2. 2.
	3. 3.

C. На основе диалога сравните концепции развития двух фирм и кратко зафиксируйте основные положения:

Lind: Henrik Lind, Firma LANG in Kalmar, guten Morgen, Herr Jung.

Jung: Guten Morgen, Herr Lind.

Lind: Herr Jung, ich bin Geschäftsführer unserer Firma, und ich rufe wegen Ihrer Annonce in der letzten «Möbelrundschau» an. Wir sind ein mittelstädtischer Möbelhersteller und produzieren Qualitätsmöbel für den anspruchsvollen Kunden.

Jung: Das klingt ja ganz interessant, Herr Lind.

Lind: Zur Zeit sind wir dabei, unseren Export auszubauen, und wie ich auf der Landkarte sehe, liegt Heiligenhafen unter Vertriebsaspekten, es ist sehr günstig für uns. Haben Sie Autobahn- und DB- Anschluss [10, c. 95]?

M. Laroche: Bonjour, Monsieur Pavlov. Comment ça va?

M. Pavlov: Merci, ça va. Et vous?

M. Laroche: Très bien [3, c. 5].

D. Прочитайте диалог, выберите тему высказывания и факты, ее иллюстрирующие.

Jung: Nun hat man in den letzten Jahren weniger Ferienzentren gebaut, es gibt da eine gewisse Störung.

Lind: Ja, das verstehe ich. Das ist ähnlich bei uns, obwohl wird diesen Boom nicht gehabt haben.

Jung: Was die Ferienzentren angeht, so richten wir uns nun mehr auf den Ersatzbedarf ein. Und deshalb haben wir seit drei Jahren zusätzlich einen kleinen Vertrieb aufgebaut. Dieser hat als Aufgabe den Direktverkauf an Baumärkte, die mit diesen Produkten dann wiederum selbst in den Handel gehen. Und für diesen Vertrieb und das Ersatzgeschäft der Ferienwohnungen waren wir nun daran interessiert, Ihre Produkte kennenzulernen und eventuell in unsere Produktpalette aufzunehmen.

Lind: Das heisst also, Sie haben sich sozusagen ein zweites Bein geschaffen [10, c. 66].

M. Bertrand: Ces dernières années, on a construit moins de centres balnéaires, il y a une certaine perturbation.

M. Lindt: Oui, je comprends. C'est presque la même chose chez nous.

M. Bertrand: Oui, nous nous concentrons maintenant davantage sur les besoins de remplacement. Et c'est pourquoi, depuis trois ans, nous avons mis en place une petite distribution. Il s'agit de la vente directe aux FALCONES, qui vont ensuite eux-mêmes dans le commerce avec ces produits.

M. Lindt: C'est-à-dire que vous avez créé une deuxième jambe, si on peut dire comme ça.

E. Постройте монологическое высказывание, раскрывающее данную тему. Составьте диалог по этой теме, ориентируясь на ее раскрытие и углубление. Какие ассоциации Вы связываете со словами слева и с понятиями справа:

die Firma,-Firmen Angebot und Nachfrage werden hierdurch bestimmt.

der Mitarbeiter, Hier warten die Produkte auf ihre Auslieferung.

die Abteilung,-en Wir verkaufen für ungefähr 800 Millionen SEK im Jahr Maschinen [10, c. 45].

L'entreprise, – les entreprises L'offre et la demande deviennent déterminé par cela.

L'employé, – ici les produits attendent votre ...

Livraison.

le département, – en nous vendons pour environ 800 Million des machines par ans

le stock – Nous avons aujourd'hui plus de 500 employés.

le marché, le contrôle de la qualité est une partie importante de la Société [3, c. 25].

F. Для проведения деловых встреч, для регулирования речевого поведения важно иметь представление о ритуале визита, телефонного разговора. Подготовьте текст делового телефонного разговора с помощью этого скрипта:

➤ Приветствие.

➤ Представление.

- Запрос информации / сообщение информации.
- Выделение главной причины звонка.
- Подведение к концу разговора.
- Благодарность.
- Прощание.

*Г. Используя письменные образцы деловой коммуникации, составьте письмо на вашу тему:*

➤ Расскажите о своей фирме, используя следующую схему:

- Фирма (название, географическое положение).
- История образования.
- Производство, ассортимент, объем продукции.

или.

- Партнеры.
- Филиалы.
- Оборот.
- Экспорт.

Таким образом, деловое общение основано на взаимодействии коммуникантов и влиянии друг на друга, в результате чего происходит регуляция речевого поведения. Этот процесс регулируется правилами, принятыми в определенной культуре, и опосредуется языком. «Речевое поведение в деловом общении стереотипно и обеспечивает ориентацию в ситуации и, как следствие, адекватность речи» [8, с. 96]. При этом каждый коммуникант выполняет социальную роль, а взаимодействие осуществляется в определенном тоне общения: конфиденциальном, официальном, нейтральном, дружеском, формальном и т.д.

В процессе формирования этой тактики необходимо учитывать следующие действия:

\* представление себя / своего коллеги деловому партнеру;

\* уточнение произношения имени / фамилии партнера;

\* выражение комплимента по поводу / в зависимости от ситуации;

\* определение отношения партнера и запрашиваемой информации;

\* определение позиции партнера;

Рекомендуется выполнить следующие упражнения:

*А. Прочитайте данный отрывок диалога. Посмотрите фрагмент видео и определите:*

- Кто является главным участником деловой встречи?

- Где они находятся (место, время, условия)?

- Каковы их должности в компании (занимаемые должности)?

- Как (с чего) начинается их встреча?

- Чем она закончится?

- Кто является инициатором встречи?

- Определите культурные предпосылки ситуации.

- Определите специфику речевого поведения партнеров по общению.

- Постройте монолог на основе коммуникативных ходов.

*В. При подготовке к диалогу обработайте следующие действия:*

- произношение фраз приветствия, комплимента с выражением определенного эмоционального настроя: восхищение, радость, укор, официально, нейтрально, дружелюбно и т.д.

*С. После просмотра видео с участием главных действующих лиц, обратите внимание на внешний вид коммуникантов.*

- Во что одеты мистер Юнг и мистер Линд?

- Опишите общий внешний вид представителей компаний.

- Если вы приедете в Германию или Францию, что вы наденете на:

Деловую встречу	Свободный прием	Вечеринку

*Д. Проанализируйте характер встречи и определите тип их взаимоотношений:*

*деловой – доверительный – положительный (приятный), рабочий – холодный – теплый – прекрасный – современный – практичный – антикварный (старомодный) – технический – функциональный.*

Направление фирмы	Линд	Лярош	Ваш деловой партнер	Ваша страна

- Господин Юнг и господин Бертран договорились о деловой встрече на полдень воскресенья.

Определите, в какой стране это принято: +,

- Россия

- Швейцария

- Германия

- Франция

- Австрия

- Бельгия

*Е. Постройте диалог, используя сценарий:*

➤ приветствие (с выражением радости);

➤ представление (с выражением глубокого уважения);

➤ ориентация в теме разговора;

➤ учет социальных ролей и конфигурация соответствующего характера отношений;

➤ проявление интереса к обсуждаемому вопросу;

➤ прощание (с выражением дружественности).

Таким образом, знание будущими специалистами иностранного языка на достаточном коммуникативном уровне предполагает формирование коммуникативной тактики делового общения, которая лежит в основе предлагаемой методики. В результате теоретического анализа научных источников по лингводидактике и методологии, а также изучения и обобщения практического опыта преподавания иностранных языков нами разработана рассмотренная выше модель формирования коммуникативных тактик делового общения, которые направлены на выработку действий, обеспечивающих процесс общения на иностранном языке в сфере делового общения.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Аверьянова С. В. Коммуникативные стратегии при обучении устному деловому общению на занятиях по иностранному языку в высшей школе // Российский внешне-экономический вестник. 2013. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnye-strategii-pri-obucheni-ustnomu-delovomu-obscheniyu-na-zanyatiyah-po-inostrannomu-yazyku-v-vysshey-shkole> (дата обращения: 23.06.2021).
2. Артемов В. А. Психология обучения иностранным языкам. М.: Высшая школа, 2002. 256 с.
3. Багана Ж., Лангнер А. Деловой французский язык. М.: ФЛИНТА, 2016. 264 с.
4. Баукина С. А. Обучение коммуникативной тактике делового общения студентов экономического профиля: немецкий язык, неязыковой вуз: дис. ... канд. пед. наук. М., 1999. 168 с.
5. Большунов А. Я., Киселева Н. И., Марченко Г. И., Новиков А. В., Тюрников А. Г., Чернышова Л. И. Деловые коммуникации: учебник для бакалавров. М.: Финансовый университет, Департамент социологии, 2018. 338 с.
6. Бурчинский В. Н. Деловое и повседневное общение. Правила поведения во Франции. М.: АСТ: Восток-Запад, 2006. 356 с.
7. Вайсбурд М. Л. Типы задач в обучении иноязычной речевой деятельности. Развитие познавательной активности в процессе овладения деятельностью на иностранном языке. М.: Просвещение, 2003. 186 с.
8. Гольдин В. Е. Речь и этикет. М.: Просвещение, 2003. 137 с.
9. Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. М., 1984.
10. Колесов В. В. Культура речи, культура поведения. М.: Просвещение, 2003. 46 с.
11. Куроедова М. А. Коммуникативные стратегии и тактики: учебно-методические материалы для направлений подготовки 45.04.01 Филология, 42.04.01 Реклама и связи с общественностью. Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2017. 15 с.
12. Лушков А., Петков В., Хикман Р., Люис Р. Практическое пособие для общения в любой точке планеты. М.: Оракул, 2004. 154 с.
13. Матвишин В. Г., Ховхун В. П. Бизнес-курс французского языка: учеб. пос. К.: Логос, 2002. 384 с.
14. Минский М. Фреймы для представления знаний / пер. с англ. М.: Энергия, 1979. 152 с.
15. Новикова Л. А. Особенности формирования профессиональной межкультурной компетентности студентов вуза в процессе обучения иностранным языкам // Письма в Эмиссия. Оффлайн (The Emissia.Offline Letters): электронный научный журнал. 2015. №3. ART 2334. URL: <http://www.emissia.org/offline/2015/2334.htm>
16. Оганесян С. С. Культура речевого общения // Иностранный язык в школе. 2002. №2. С. 19–20.
17. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. М.: «АЗЪ», 1995. 908 с.
18. Полякова Т. Ю. Учет особенностей современного поколения студентов в процессе совершенствования системы подготовки по иностранному языку в вузе // Вестник МГЛУ. Образование и педагогические науки. 2018. Вып. 2(796). С. 43–54.
19. Садохин А. П. Теория и практика межкультурной коммуникации: учеб. пос. для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. 271 с.
20. Скаткин М. Н. Проблемы современной дидактики. М.: Педагогика, 1984.
21. Соколова Е. Е. Фреймовая организация знаний при обучении английскому языку // Психологическая наука и образование. 2008. Т. 13. №2. С. 96–104.
22. Ширшов В. Д. Коммуникативные умения как комплекс коммуникативных действий. М.: Просвещение, 2000.
23. Щукин А. Н. Обучение иностранным языкам: Теория и практика. М.: Филоматис, 2004. 28 с.
24. Jean-Luc Penfornis Affaires.com – CLE Internationnal / Sejer. Paris, 2012. 136 p.
25. Sprachkommunikation: Lehrbuch für den berufsbedingten Deutschunterricht in sprech-und schreibintensiven Berufen/Auras S., Duhnhardt W. u.a.-10, überarbeitete Aufl.-Berlin:Verlag Die Wirtschaft, 1977. 286 с.

*Поступила в редакцию 25.06.2021 г.*

DOI: 10.33184/bulletin-bsu-2021.3.52

**FORMATION OF COMMUNICATIVE TACTICS IN TRAINING  
OF BUSINESS COMMUNICATION IN FOREIGN LANGUAGE  
(ON THE EXAMPLE OF GERMAN AND FRENCH)**

© **S. A. Baukina\***, **I. V. Novikova**

*Mordovia State University named after N. P. Ogarev  
68 Bolshevistskaya Street, 430005 Saransk, Republic of Mordovia, Russia.*

*Phone: +7 (906) 379 48 54.*

*\*Email: baukina.svetlana@mail.ru*

The article is devoted to the aspects of teaching foreign language business communication based on the formation of communicative tactics of mastering a foreign language at a professional level. The implementation of communicative strategies and tactics of speech interaction is due to well-systematized typical factors that ensure the success of their implementation. The authors present the definition of the concepts “business communication”, “communicative tactics”, “frame scenario”. In addition, the authors model approximate situations of business communication and present the proposed frame scenarios, as well as examples of exercises for practicing communicative tactics related to a particular communicative situation based on German and French. The authors reveal the essence of the concept of communicative intention, focusing on the use of speech formulas, stereotypes, as well as linguistic and extralinguistic factors that contribute not only to the construction of effective business communication, but also to the implementation of the communicative intention of business partners. The communicative intention not only determines the role of the interlocutors as direct participants in the act of communication, but also acts as a kind of regulator of the partners’ speech behavior. It motivates the speech act, underlies, is embodied in the intentional sense, which has various ways of linguistic expression in statements. As examples, typical speech situations most often used in business communication are considered. Thus, the concept of “communicative tactics” contains typical features of the intentional attitude of the speaker, the speaker’s place in the process of producing statements and the structural organization of various types of intentions.

**Keywords:** communicative tactics, intention, language implementation, intersubjective interaction, frame scenario, foreign language business communication.

Published in Russian. Do not hesitate to contact us at [bulletin\\_bsu@mail.ru](mailto:bulletin_bsu@mail.ru) if you need translation of the article.

## REFERENCES

1. Aver'yanova S. V. Rossiiskii vneshneekonomicheskii vestnik. 2013. No. 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnye-strategii-pri-obuchenii-ustnomu-delovomu-obscheniyu-na-zanyatiyah-po-inostrannomu-yazyku-v-vysshey-shkole> (data obrashcheniya: 23.06.2021).
2. Artemov V. A. Psikhologiya obucheniya inostrannym yazykam [Psychology of teaching foreign languages]. Moscow: Vysshaya shkola, 2002.
3. Bagana Zh., Langner A. Delovoi frantsuzskii yazyk [Business French]. Moscow: FLINTA, 2016.
4. Baukina S. A. Obuchenie kommunikativnoi taktike delovogo obshcheniya studentov ekonomicheskogo profilya: nemetskii yazyk, neyazykovoi vuz: dis. ... kand. ped. nauk. Moscow, 1999.
5. Bol'shunov A. Ya., Kiseleva N. I., Marchenko G. I., Novikov A. V., Tyurikov A. G., Chernyshova L. I. Delovye kommunikatsii: uchebnik dlya bakalavrov [Business communications: textbook for bachelors]. Moscow: Finansovyi universitet, Departament sotsiologii, 2018.
6. Burchinskii V. N. Delovoe i povsednevnoe obshchenie. Pravila povedeniya vo Frantsii [Business and everyday communication. Code of conduct in France]. Moscow: AST: Vostok-Zapad, 2006.
7. Vaisburd M. L. Tipy zadach v obuchenii inoyazychnoi rechevoi deyatel'nosti. Razvitie poznavatel'noi aktivnosti v protsesse ovladeniya deyatel'nost'yu na inostrannom yazyke [Types of tasks in teaching foreign language speech activity. The development of cognitive activity in the process of mastering activities in a foreign language]. Moscow: Prosveshchenie, 2003.
8. Goldin V. E. Rech' i etiket [Speech and etiquette]. Moscow: Prosveshchenie, 2003.
9. Dridze T. M. Tekstovaya deyatel'nost' v strukture sotsial'noi kommunikatsii [Textual activity in the structure of social communication]. Moscow, 1984.

10. Kolesov V. V. Kul'tura rechi, kul'tura povedeniya [Culture of speech, culture of behavior]. Moscow: Prosveshchenie, 2003.
11. Kuroedova M. A. Kommunikativnye strategii i taktiki: uchebno-metodicheskie materialy dlya napravlenii podgotovki 45.04.01 Filologiya, 42.04.01 Reklama i svyazi s obshchestvennost'yu [Communicative strategies and tactics: teaching materials for the courses 45.04.01 Philology, 42.04.01 Advertising and public relations]. Blagoveshchensk: Amurskii gos. un-t, 2017.
12. Lushkov A., Petkov V., Khikman R., Lyuis R. Prakticheskoe posobie dlya obshcheniya v lyuboi tochke planet [A practical guide for communication anywhere in the world]. Moscow: Orakul, 2004.
13. Matviishin V. G., Khovkhun V. P. Biznes-kurs frantsuzskogo yazyka: ucheb. pos. [Business-course of the French language: textbook]. K.: Logos, 2002.
14. Minskii M. Freimy dlya predstavleniya znaniy [Frames for representing knowledge] / per. s angl. Moscow: Energiya, 1979.
15. Novikova L. A. Pis'ma v Emissiya. Offlain (The Emissia.Offline Letters): elektronnyi nauchnyi zhurnal. 2015. No. 3. ART 2334. URL: <http://www.emissia.org/offline/2015/2334.htm>
16. Oganesyans S. S. Inostrannyi yazyk v shkole. 2002. No. 2. Pp. 19–20.
17. Ozhegov S. I., Shvedova N. Yu. Tolkovyi slovar' russkogo yazyka [Explanatory dictionary of the Russian language]. Moscow: «AZ»., 1995.
18. Polyakova T. Yu. Vestnik MGLU. Obrazovanie i pedagogicheskie nauki. 2018. No. 2(796). Pp. 43–54.
19. Sadokhin A. P. Teoriya i praktika mezhkul'turnoi kommunikatsii: ucheb. pos. dlya vuzov [Theory and practice of intercultural communication: textbook for universities]. Moscow: YuNITI-DANA, 2004.
20. Skatkin M. N. Problemy sovremennoi didaktiki [Problems of modern didactics]. Moscow: Pedagogika, 1984.
21. Sokolova E. E. Psikhologicheskaya nauka i obrazovanie. 2008. Vol. 13. No. 2. Pp. 96–104.
22. Shirshov V. D. Kommunikativnye umeniya kak kompleks kommunikativnykh deistvii [Communicative skills as a complex of communicative actions]. Moscow: Prosveshchenie, 2000.
23. Shchukin A. N. Obuchenie inostrannym yazykam: Teoriya i praktika [Teaching foreign languages: Theory and practice]. Moscow: Filomatis, 2004.
24. Jean-Luc Penformis Affaires.com – CLE International / Sejer. Paris, 2012.
25. Sprachkommunikation: Lehrbuch für den berufsbedingten Deutschunterricht in sprech- und schreibintensiven Berufen/Auras S., Duhnhardt W. u.a.-10, überarbeitete Aufl.-Berlin:Verlag Die Wirtschaft,1977.

*Received 25.06.2021.*