

Научная статья

УДК 8-80-808

doi: 10.20323/2499-9679-2022-1-28-96-103

Опыт курсового обучения деловому общению в России: оценки и озабоченности

Владимир Иванович Аннушкин^{1✉}, И Хуэй Хуэй²

¹Доктор филологических наук, профессор кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации ФГБОУ ВО «Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина». 117485, г. Москва, ул. Академика Волгина, д. 6

²Аспирант кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации ФГБОУ ВО «Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина». 117485, г. Москва, ул. Академика Волгина, д. 6

¹vladannushkin@mail.ru ✉, <https://orcid.org/0000-0003-3121-4215>

²806032224@qq.com, <https://orcid.org/0000-0001-8578-3646>

Аннотация. В статье рассматривается проблема обучения деловому общению в ситуациях вхождения в сферу профессиональной деятельности, в ситуациях, связанных с трудоустройством и продолжением дальнейшего профессионального образования. Особое внимание уделяется формам организации профессионального обучения в России.

Раскрыто понятие современного делового общения и его значение. Проблемы коммуникации не только с каждым годом вызывают значимый интерес у людей разного возраста, разных профессий и образования, но, прежде всего, являются необходимой составляющей профессиональных компетенций специалистов во всех областях их деятельности. Современному специалисту необходимы знания в области деловых коммуникаций для умения разбираться в партнерах по коммуникации, устанавливать с ними контакты, вести деловые беседы, переговоры, владеть основами публичной речи.

Выделены особенности деловых переговоров. Переговоры – это деловое взаимное общение с целью достижения совместного решения. На протяжении всей нашей жизни мы ведем переговоры, обмениваемся обязательствами и обещаниями. Всякий раз, когда двум людям нужно прийти к согласию, они должны вести переговоры. Переговоры протекают в виде деловой беседы по вопросам, представляющим интерес для обеих сторон, и служат налаживанию кооперационных связей. Переговоры существенно различаются по своим целям: заключение договора о поставках, на проведение научно-исследовательских или проектных работ, соглашение о сотрудничестве и координации деятельности и т. д.

Рассмотрен процесс обучения профессиональному деловому общению в России. Деловое (профессиональное) общение – самый массовый и сложный вид общения людей в социуме, без него невозможно взаимодействие в сфере экономических, правовых, дипломатических, коммерческих, административных отношений. Самый массовый вид общения людей в социуме (обществе) – деловое общение. Без него не обойтись в сфере экономических, правовых, дипломатических, коммерческих, административных отношений. Умение успешно вести деловые переговоры, грамотно и правильно составить деловую бумагу и многое другое в настоящее время стало неотъемлемой частью профессиональной культуры человека: менеджера, руководителя всех уровней, референта, служащего. Для достижения высокой результативности практически в любом виде профессиональной деятельности необходимо владеть определенным набором сведений, знаний, представлений о правилах и принципах делового общения. «Бизнес – это умение разговаривать с людьми», – говорят предприимчивые американцы.

Исследованы наиболее популярные курсы организации обучения деловой коммуникации в Москве.

Ключевые слова: деловое общение; деловая переписка; деловое письмо; документ; деловая речь; отчет; формы делового общения; обучение; деловые переговоры; курсовое обучение

Для цитирования: Аннушкин В. И., И Хуэй Хуэй Опыт курсового обучения деловому общению в России: оценки и озабоченности // Верхневолжский филологический вестник. 2022. № 1 (28). С. 96-103. <http://dx.doi.org/10.20323/2499-9679-2022-1-28-96-103>

Original article

Business communication course in Russia: assessments and concerns

Vladimir I. Annushkin^{1✉}, Yi Hui Hui²

¹Doctor of philological sciences, professor, department of Russian literature and intercultural communication, the Pushkin state Russian language institute. 117485, Moscow, Akademik Volgin st., 6

²Postgraduate student department of Russian literature and intercultural communication, the Pushkin state Russian language institute 117485, Moscow, Akademik Volgin st., 6

¹vladannushkin@mail.ru ✉, <https://orcid.org/0000-0003-3121-4215>

²806032224@qq.com, <https://orcid.org/0000-0001-8578-3646>

Abstract. The article deals with the problem of teaching business communication in situations of starting professional activity, in situations related to employment and further professional education. Particular attention is paid to the forms of organizing vocational training in Russia.

The authors determine the concept of modern business communication and its importance. Not only do the problems of communication attract considerable attention among people of different ages, professions and education, but, above all, they are an essential component of any specialist's professional competence. A modern specialist needs knowledge in the field of business communications to be able to understand communication partners, establish contacts with them, conduct business conversations, negotiations, and master the basics of public speech.

The features of business negotiations are described in the article. Negotiations is business communication with the aim of reaching a joint solution. Throughout our lives, we negotiate, exchange commitments and promises. Whenever two people need to come to an agreement, they must negotiate. Negotiations proceed in the form of business discourse on issues of interest to both parties, and serve to establish cooperation ties. Negotiations differ significantly in their goals: signing a supply contract, a contract for conducting research or design work, an agreement on cooperation and coordination of activities, etc.

The authors consider the process of teaching professional business communication in Russia. Business (professional) communication is the most common and complex type of communication between people in society; without it, interaction in the field of economic, legal, diplomatic, commercial, and administrative relations is impossible. The ability to successfully conduct business negotiations, to draw up a business document competently and correctly, and much more has now become an integral part of the professional culture of any person: a manager, a leader at all levels, a referent, an employee. To achieve high performance in almost any professional activity, it is necessary to possess a certain set of information, knowledge, ideas about the rules and principles of business communication. «Business is the ability to talk to people», say enterprising Americans.

The most popular business communication training courses in Moscow have been studied in the article.

Key words: business communication; business correspondence; business letter; document; business speech; report; forms of business communication; training; business negotiations; course training

For citation: Annushkin V. I., Yi Hui Hui Business communication course in Russia: assessments and concerns. *Verhnevolskiy philological bulletin*. 2022;(1):96-103. (In Russ.). <http://dx.doi.org/10.20323/2499-9679-2022-1-28-96-103>

Введение. Молодые предприниматели и менеджеры, а также те, кто уже заработал заслуженную славу, хотят развиваться дальше, открывать новые стороны своей личности, совершенствовать свой имидж и находить скрытые ключи к успешному взаимодействию в деловом сообществе. Тренинги и различные курсы по деловому общению – это сегодня активно развивающееся направление. Выбор курса или мастер-класса для улучшения своей профессионально-речевой компетенции, в частности, умения вести и занимать должную позицию на деловых переговорах, остается за каждым предпринимателем отдельно. При этом каждый предприниматель понимает или предчувствует, что как только он получит доступ к тонкостям общения, он больше не смо-

жет остаться прежним, но и сам обогатит свою личность, и другие будут относиться к нему с большим уважением и доверием [Baron, 2008, с. 200].

Из основ деловой риторики до сознания предпринимателя должна быть доведена простая и основополагающая мысль: кто владеет словом, тот контролирует ситуацию. Курсы делового общения учат именно этому – контролю над своей речью и поведением во время переговоров, переписки и исполнения других жанров делового общения. Проходя эффективный курс делового общения, многие понимают также, что навыки корректного общения пригодятся не только на работе, но и в повседневной жизни.

Умение преподнести себя, убедить, расположить к себе человека, завоевать доверие, обоснованно и без конфликтов отстоять свою позицию, найти разумные компромиссы, быть вежливым и корректным, сохранять уверенность в себе – все эти качества необходимы человеку на каждом шагу, в любой ситуации профессионального общения. И их можно приобрести, приобретая знания в области психологии общения, деловой риторики и практикуясь в учебных семинарах на курсах делового общения [Чумиков, 2020, с. 116].

Тем более полезно развивать разговорные риторические навыки тем, кто по натуре интроверт, затрудняется в налаживании контактов, жёстко позиционирует свою точку зрения, иногда дистанцирует людей от себя. Став приятным и умелым человеком в общении, предприниматель приобретёт не только новых клиентов и деловых партнёров, но и новых друзей, доверие и уважение близких [Шарков, 2020, с. 178].

Материалы и методы. Материалами статьи являются теоретические взгляды российских учёных относительно обучения деловому обучению и реальная организация практического обучения на различных курсах деловой коммуникации в России. Авторами использованы следующие методы исследования: контекстологический, метод компонентного анализа, метод функционального анализа текста.

1. Современное деловое общение и его значение

1.1. Административно-командный стиль общения.

Излишне говорить, что привычный авторитарный стиль отечественных начальников (разве он не встречается за рубежом?) постепенно уходит в прошлое и больше не вызывает уважения и трепета со стороны подчинённых. Кроме того, с выходом на мировой рынок потребность в контактах с иностранными коллегами возрастает, а на Западе, за редким исключением – некоторыми представителями бизнеса в США, так называемый административно-командный стиль часто вообще не замечается. Многим современным российским менеджерам приходится нелегко: им приходится осваивать текущую ситуацию в политике и бизнесе, в правовой сфере, в экологии, в общественной жизни и, конечно же, в сфере своего бизнеса. Сегодняшний деловой мир требует целостной личности, которая способна принимать быстрые и эффективные решения, стро-

ить чёткие перспективы, анализировать и не мыслить стереотипами. Сегодня немислимо не знать делового этикета, не уметь вести эффективные переговоры и при этом надеяться на успех [Davis, 2010, с. 108].

1.2. Этика делового общения.

Между тем, чтобы добиться успеха, современный менеджер должен соблюдать этику делового общения, а именно знать меру в словах, быть честным, говорить строго по делу, быть вежливым и доброжелательным, говорить чётко и грамотно. Культура делового общения также требует презентабельной манеры поведения, внимательного слушания, отсутствия давления на собеседника с учётом культурных особенностей разных народов [Таратухина, Авдеева, 2020, с. 168].

В условиях усиливающейся конкуренции победу одерживают те, кто умеет устанавливать коммерческие контакты, работать над своим имиджем, гибок в решениях и способах общения, понимает психологию собеседника, несёт ответственность за свои слова. Стиль общения с подчинёнными смещается от жёсткого диктата к творчеству и уверенности. Начальник должен овладеть искусством расположения к себе и вести за собой, а остальные сотрудники – чётко определять свою позицию и корректно отстаивать ее. Все это невозможно делать без знания основ и приёмов делового общения [PR и деловые коммуникации..., 2019, с. 126].

Наконец, привлечение и удержание клиентов – это тоже результат деловых переговоров. От первой встречи или первого звонка в компанию зависит, обратится ли клиент к данным услугам, сделает он это один или несколько раз и расскажет ли своим друзьям о данном бизнесе. Поддержание лояльности клиентов зависит в первую очередь от коммуникативных навыков, а уж потом – финансовых и других предпочтений.

2. Особенности деловых переговоров

2.1. Отличия деловых переговоров от других видов общения.

Корпоративное общение направлено на организацию общего рабочего процесса или повышение его качества. Этим деловые переговоры отличаются от других видов общения. Второе очевидное отличие – это формальность деловых контактов. Общение в официальной среде требует уважения чётко установленных стандартов, уважения роли, которая принадлежит каждому в иерархии. Взаимодействие по службе практиче-

ски всегда обязательно, необходимо для выполнения задач, стоящих перед его участниками [Чумиков, 2020, с. 97].

2.2. Стили взаимодействия.

Роль руководителя в деловых переговорах зависит от выбранных руководителем и его собеседниками рамок и стили взаимодействия. Наиболее распространенные и часто отмечаемые в научной литературе стили взаимодействия таковы:

Авторитарный стиль. В данном случае одна из сторон переговоров, как правило, занимая высшее иерархическое положение, открыто демонстрирует своё преимущество и жёстко диктует свою позицию. Этот стиль свойствен и в наше время правоохранительным органам, когда речь идёт о соблюдении закона. Часто авторитаризм проявляется у монополистов, представителей власти всех уровней и лидеров по отношению к своим подчинённым. Однако опыт показывает, что подавление в деловых переговорах по большей части неуместно и может применяться только в определённых ситуациях, когда это необходимо:

- при серьёзном нарушении прав одной из сторон,
- когда несогласие с авторитарной позицией может нанести ущерб компании / третьим лицам,
- когда требуется наказать нарушителя (выговор, предупреждение) и т. д.

Демократичный стиль. В данном случае разговор идёт на равных, учитывается и выслушивается позиция каждого партнёра по переговорам, партнёры стараются взвесить взаимные интересы, чтобы найти компромиссное решение. Демократический стиль возможен, если все участники коммуникативного процесса готовы соблюдать его правила, поэтому он чаще встречается у интеллектуалов [Тимофеев, 2018, с. 204].

Проблемный целевой стиль. Такое общение продиктовано текущей ситуацией и требует от участников мобильности, гибкости и поиска нестандартных решений. Необходимо скорректировать желания каждой из сторон так, чтобы их интересы были защищены при адаптации к меняющимся условиям [Дзялошинский, 2014, с. 173].

3. Как строить обучение на курсах делового общения и как выбрать наиболее эффективные из них?

Обучение профессиональному деловому общению – это одновременно и обучение актёрскому мастерству, психологической выдержке. Изучая особенности ведения деловых переговоров, можно не только получить ценные знания, но и овладеть многими умениями и приёмами делового общения. Бизнес-школы и тренеры предлагают широкий выбор курсов. Поиск таких курсов не застрахован от ошибок, ибо можно попасть к грамотному специалисту, но не получить желаемого результата. А. П. Шарухин советует учесть следующие обстоятельства при выборе нужного места учёбы:

- стоит обратить внимание на профессиональную направленность курса. Практика делового общения может быть узко ориентирована на представителей определённой профессии: юристов, менеджеров, секретарей и т. д.;

- следует определиться с целью курса, на основании которой выбрать тему и содержание образовательной программы, например: преодоление стресса, ведение телефонных переговоров, написание деловых писем;

- необходимо изучить преподавателей курса: образование и опыт преподавателей, в какой области знаний они специализируются, каковы отзывы аудитории о них. Репутация организации (учителя) имеет большое значение. Также обязательно наличие сертификатов на выполнение данной деятельности. Все эти факторы отразятся на качестве образования и престижности «корочек» [Фадеев, 2021, с. 119].

Автор статьи исследовал рекламы наиболее популярных курсов деловой коммуникации, планируя в будущем погрузиться, а может быть, и пройти хотя бы часть предлагаемых курсов. Однако читатель вполне может представить по предлагаемому описанию характер и стиль организации обучения в этих бизнес-школах, мастер-классах и тренингах. Очевидно, что для автора как иностранки, приехавшей в Россию для получения филологического образования, такое знакомство могут стать актуальной задачей в развитии языковой личности [Шиянова, 2020, с. 85].

Первое, что бросилось нам в глаза: все эти курсы основываются на опыте западных образовательных технологий, которые были весьма модны в 90-е годы. Эти традиции, конечно, берут начало в американских бизнес-тренингах, заимствуя иностранную терминологию и предлагая, точнее сказать, навязывая всему миру (в том числе, российскому и китайскому) свою философию организации дела, в том числе, определен-

ную методику обучения речевой коммуникации. В настоящей работе мы отмечаем это как факт, против которого, в сущности, глубинно протестует сознание как китайского, так и российского профессионала-предпринимателя. По-видимому, необходимо, изучив этот опыт, научиться использовать свои национальные традиции деловой коммуникации с целью оптимального вхождения в общемировую сферу деловых отношений [Яндарбаева, 2020, с. 220].

Представим обзор наиболее влиятельных курсов организации обучения деловой коммуникации в Москве:

Курс Профессия Soft Skills for Hard Times от Skillbox (буквально: «Мягкие навыки для трудных времен от фирмы «Набор навыков»).

На курсе обучают грамотно управлять командой: в офисе и удалённо, выстраивая эффективные коммуникации. Курс предлагает знания, как распознавать чужие эмоции и управлять ими и как предотвратить собственное выгорание с помощью техник тайм-менеджмента.

Но главное – это освоение эффективных методов ведения деловых переговоров и возможность закрывать выгодные сделки. Курс представляется как «крутой», на котором прокачиваются лидерские качества, ораторское мастерство и учат тайм-менеджменту. После него можно без страха выступать на публике и выстраивать эффективный диалог как с сотрудниками, так и с партнёрами. Обратим внимание на то, как в рекламном образовательном бизнесе используются различные жаргонные и профессиональные словечки, ориентированные на молодежную аудиторию: все эти «крутой», «классный», «прокачка», конечно, на деле демонстрируют работу на аудиторию («желание нравиться», своеобразное «человекоугождение») [Шарухин, Орлов, 2012, с. 101].

Конечно, в каждой рекламе пишется, что преподаватели – опытные бизнес-тренеры, спикеры и психологи. Данный курс содержит 200 онлайн-уроков и доступ к курсу в Интернете сохраняется и остается навсегда.

Курс Лидерство в современном бизнесе от Нетологии (Нетология – это онлайн-университет по подготовке и дополнительному обучению специалистов в области самых востребованных интернет-профессий).

Всего за один месяц обучения предлагается узнать, как мотивировать свою команду на достижение нужных результатов, варьируя лидер-

ские стили в зависимости от ситуации. Организаторы обещают научить распознавать, как возникают конфликты и познакомиться с методами их минимизации, приобрести знания, как выстраивать деловую переписку и общение для достижения своих целей. Интенсивный курс по развитию лидерских качеств обещает научить эффективно управлять бизнесом.

Программа обучения соединяет в себе психологические, управленческие и социологические теории. Комплекс этих знаний научит находить выход из любой нестандартной ситуации.

Современная он-лайн-реклама искусно презентует самые высокие достоинства своих преподавателей – ср. в данном случае: автор курса – Станислав Шекшня, старший профессор школы INSEAD (международная бизнес-школа, занимающая 2-ое место в Европе среди лучших программ MBA) [Bryan, 2012, с. 78].

Наверно, справедливо и обещание в процессе обучения приобрести полезные знакомства в бизнес-сообществе.

Курс Soft Skills для digital-менеджеров от Product Live.

В процессе обучения, по словам рекламодателей курса, развивается умение мыслить нестандартно для решения кризисных ситуаций. Приобретаются навыки, как собрать свою команду и эффективно управлять ей. Также можно научиться отстаивать свою точку зрения перед руководством или партнёрами, познакомиться с тайм-менеджментом для грамотной организации рабочего процесса и проработать свои страхи. Обратим внимание, как складывается язык такой рекламы: фраза «проработать страхи», безусловно, принадлежит профессиональному жаргону, конечно, калькированному из английского work out fears.

Курс назван «крутым», поскольку всего за 3,5 месяца «прокачает» организационные и коммуникативные навыки, научит справляться со страхом неудачи, выстраивать эффективное общение внутри команды и с партнёрами и грамотно презентовать результаты своей работы [Taylor, 2013, с. 328].

Конечно, назван ведущий преподаватель – Максим Имасс, бизнес-коуч, психотерапевт. Обратим внимание на то, что все эти и последующие курсы, в сущности, обещают, как под копирку, развитие одних и тех же навыков.

Онлайн-курс Переговоры в бизнесе от Laba.

На каждом из десяти занятий будут изучать ведение деловых переговоров на различных эта-

пах: от подготовки и формирования портрета оппонента до переговорных стратегий и заключения сделки. На курсе можно узнать, как владеть своими эмоциями и превращать их в союзников, вызывая к себе симпатию с первой встречи. Качественный курс от Laba обещает научить грамотному ведению любых деловых переговоров. Помимо этого, можно научиться составлять психологический портрет оппонента, узнать, как отбирать людей для найма в свою команду и выстраивать в ней систему мотиваций.

Преподаватель – Андрей Акулов, директор по работе с ключевыми клиентами в Oracle с 22-летним опытом переговоров в крупных IT-компаниях. Laba аккредитована международными организациями ПВА (Канада), HRCI (США).

Онлайн-курс переговоров от Hedu.

В процессе обучения вас научат определять тип клиента, помогут узнать, как разговаривать с манипуляторами и не поддаваться на их провокации. Можно изучить механизмы влияния на людей и научиться правильно реагировать на критику, а также повысить свою самооценку.

Небольшой курс, который будет полезен каждому, чья работа связана с общением и переговорами. После обучения можно будет убеждать даже малознакомых людей, как научиться заключать сделки на выгодных условиях. Кстати, мало говорится об этической стороне «любых» сделок, как и о сомнительности дарования «убеждать даже малознакомых людей», ибо вне определения целей убеждения оно становится само по себе ущербным.

Курс Soft skills и презентации от ProductStar.

Программа состоит из лекций и воркшопов, на каждом из которых будут изучаться основы хорошего выступления и создания презентации.

Можно узнать, как сделать свою речь более доходчивой и акцентировать внимание на главном, можно научиться укладываться в тайминг и создавать слайды. Хороший курс, который прокачает навыки ораторского мастерства. После обучения можно выступать перед большой аудиторией без запинок и страха, а также научиться красиво оформлять презентации и доносить свои идеи до руководства или заказчиков.

Курс Эффективная деловая коммуникация от Skillbox

В процессе обучения научат всем видам коммуникации и, как избежать ошибок в общении с представителями других национальностей и культур.

После курса можно вести деловую переписку на русском и английском языках, определять эмоции собеседника при личной встрече и научиться управлять переговорами.

По словам организаторов, это – классный курс, который поможет находить общий язык со своей командой и партнёрами. Можно научиться представлять свои идеи и лично, и в письменном виде так, что убедить любого. Для этого на курсе особое внимание уделяется техникам переписки и влияния [Lamb, 2015, с. 101].

Обратим внимание на то, что для прохождения курса необходимо знать английский язык на уровне не ниже Intermediate (часть лекций читается на нем); предлагается создавать дипломные проекты и вести переписку на английском языке.

Заключение. Подводя итоги исследования, можно сказать, что деловое общение и переговоры обеспечивают успех общего дела, создают условия для сотрудничества людей и достижения значимых для них целей.

Некоторые из представленных курсов заточены на обучение руководителей для ведения серьёзных переговоров и заключения крупных сделок. Другие – для прокачки уверенности в себе и коммуникативных навыков.

Этика делового общения и переговоров – один из необходимых факторов в формировании грамотного специалиста, который отличается не только высокой профессиональной подготовкой, но и общей культурой, приверженностью высоким гуманистическим принципам. Именно поэтому нас не могла не поразить общестилевая ориентация на западный стиль и характер обучения, а значит, и всю «философию профессии», где как будто отсутствуют национальные отечественные традиции в понимании стратегии и тактики ведения деловой коммуникации, самого образа человека, для которого важно не просто научиться «убедить любыми способами и любого...», но главное – этическая сторона языкового общения. В России она определялась как «философия общего дела», когда главное – не собственный успех в желании переиграть и «переговорить» (а иногда и прямо обмануть) своего партнера-оппонента, а добиваться общего эффективного результата, планируя долговременное сотрудничество.

Все эти качества русского делового человека формировались столетиями честной предпринимательской практики русских деловых людей – всеми этими Демидовыми, Мамонтовыми, Морозовыми, Губонинными и многими честными –

наверняка «крутыми» и «классными» – специалистами советской промышленности. Мы пишем об этом на основании изученных биографий вышеперечисленных выдающихся лиц с позиции их искусства делового общения [И Хуэй Хуэй, 2019]. Полагаем, что перед современным деловым сообществом, если оно хочет подлинного национального развития своей страны – стоит важнейшая задача создания такого культурно-образовательного пространства, которое с учетом достижений мирового опыта (не только западного, но и восточного, например, китайского) сможет воссоздать собственную национальную школу формирования делового человека и его коммуникативных качеств.

Библиографический список

1. Аннушкин В. И. Риторика. Вводный курс : учебное пособие. Москва : Флинта : Наука, 2008. 296 с.
2. Дзялошинский И. М. Деловые коммуникации : Теория и практика : учебник для бакалавров. Москва : Юрайт, 2014. 378 с.
3. И Хуэй Хуэй. Образ и культура общения русского делового человека: лингводидактический аспект. Москва : Гос. ИРЯ имени А. С. Пушкина, 2019. 90 с.
4. Коноваленко М. Ю. Деловые коммуникации : учебник для бакалавров. Москва : Юрайт, 2014. 427 с.
5. Таратухина Ю. В. Теория и практика кросс-культурной дидактики : Учебник и практикум для академического бакалавриата. Москва : Юрайт, 2019. 194 с.
6. Таратухина Ю. В., Авдеева З. К. Деловые и межкультурные коммуникации : Учебник и практикум для вузов. Москва : Юрайт, 2020. 324 с.
7. Тимофеев М. И. Деловые коммуникации : учебное пособие. Москва : РIOR, 2018. 312 с.
8. Фадеева Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для вузов. Москва : Юрайт, 2021. 263 с.
9. Чумиков А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник. 3-е изд., перераб. и доп. Москва : ИНФРА-М, 2020. 343 с.
10. Чумиков А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие для вузов. Москва : Юрайт, 2021. 173 с.
11. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг. Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2020. 322 с.
12. Шиянова А. А. Современные PR-технологии в стартапе. Как заявить о себе? // Образование и наука в России и за рубежом. 2020. № 5(69). С. 83–86.
13. Яндарбаева Л. А. Специфика PR-деятельности НКО в сети интернет // ФГУ Science. 2020. № 4(20). С. 218–225.
14. PR и деловые коммуникации в антикризисном управлении : учебник / Н. А. Ершова и др. Москва : Дипломатическая академия Министерства иностранных дел Российской Федерации, 2019. 190 с.
15. Шарухин А. П., Орлов А. М. Психология делового общения. Москва : Academia. 2012. 240 с.
16. Baron N. S. Always On: Language in an Online and Mobile World. Oxford : Oxford University Press, 2008. 304 p.
17. Bryan A. Garner Guide to Better Business Writing (HBR Guide Series). Boston : Harvard business review press. 2012. 120 p.
18. Davis K.W. Business writing and communication. New-York: McGraw Hill, 2010. 242 p.
19. Taylor Sh. Model business letters, emails and other business documents. New York : Dorling Kindersley Pearson Education, 2013. 512 p.
20. Lamb S. E. Writing well for business success. New York : St. Martins Griffin, 2015. 214 p.

Reference list

1. Annushkin V. I. Ritorika. Vvodnyj kurs = Rhetoric. Introductory course : uchebnoe posobie. Moskva : Flinta : Nauka, 2008. 296 s.
2. Dzialoshinskij I. M. Delovye kommunikacii : Teorija i praktika = Business communication : Theory and practice : uchebnik dlja bakalavrov. Moskva : Jurajt, 2014. 378 s.
3. I Hujej Hujej. Obraz i kul'tura obshhenija russkogo delovogo cheloveka: lingvodidakticheskij aspekt = The image and culture of the Russian businessman's communication: a linguo-didactic aspect. Moskva : Gos. IRJA imeni A. S. Pushkina, 2019. 90 s.
4. Konovalenko M. Ju. Delovye kommunikacii = Business communication: uchebnik dlja bakalavrov. Moskva : Jurajt, 2014. 427 s.
5. Taratuhina Ju. V. Teorija i praktika kross-kul'turnoj didaktiki : Uchebnik i praktikum dlja akademicheskogo bakalavriata = Theory and practice of cross-cultural didactics : Textbook and practice book for academic baccalaureate. Moskva : Jurajt, 2019. 194 s.
6. Taratuhina Ju. V., Avdeeva Z. K. Delovye i mezhkul'turnye kommunikacii = Business and cross-cultural communication : Uchebnik i praktikum dlja vuzov. Moskva : Jurajt, 2020. 324 s.
7. Timofeev M. I. Delovye kommunikacii = Business communication : uchebnoe posobie. Moskva : Rior, 2018. 312 s.
8. Fadeeva E. N. Svjazi s obshhestvennost'ju = Public relations : uchebnik i praktikum dlja vuzov. Moskva : Jurajt, 2021. 263 s.
9. Chumikov A. N. Gosudarstvennyj PR: svjazi s obshhestvennost'ju dlja gosudarstvennyh organizacij i projektov = State PR: public relations for state organizations and projects : uchebnik. 3-e izd., pererab. i dop. Moskva : INFRA-M, 2020. 343 s.
10. Chumikov A. N. Svjazi s obshhestvennost'ju. Praktikum = Public relations. Workbook : uchebnoe posobie dlja vuzov. Moskva : Jurajt, 2021. 173 s.

11. Sharkov F. I. Integrirovannye kommunikacii: reklama, publikatsionnyye otnosheniya, branding = Integrated communication: advertising, public relations, branding. Moskva : Izdatel'sko-torgovaya korporacija «Dashkov i K», 2020. 322 s.
12. Shijanov A. A. Sovremennye PR-tehnologii v startape. Kak zajavit' o sebe? = Modern PR technologies in a startup. How to make yourself known? // Obrazovanie i nauka v Rossii i za rubezhom. 2020. № 5(69). S. 83–86.
13. Jandarbaeva L. A. Specifika PR-deyatelnosti NKO v seti internet = Specifics of PR-activities of non-profit organizations in the Internet // FGU Science. 2020. № 4(20). S. 218–225.
14. PR i delovye kommunikacii v antikrizisnom upravlenii = PR and business communication in crisis management : uchebnik / N. A. Ershova i dr. Moskva : Diplomatskaja akademija Ministerstva inostrannykh del Rossijskoj Federacii, 2019. 190 s.
15. Sharuhin A. P., Orlov A. M. Psihologija delovogo obshhenija = Psychology of business communication. Moskva : Academia. 2012. 240 s.
16. Baron N. S. Always On: Language in an Online and Mobile World. Oxford : Oxford University Press, 2008. 304 p.
17. Bryan A. Garner Guide to Better Business Writing (HBR Guide Series). Boston : Harvard business review press. 2012. 120 p.
18. Davis K.W. Business writing and communication. New-York: McGraw Hill, 2010. 242 p.
19. Taylor Sh. Model business letters, emails and other business documents. New York : Dorling Kindersley Pearson Education, 2013. 512 p.
20. Lamb S. E. Writing well for business success. New York : St. Martins Griffin, 2015. 214 p..

Статья поступила в редакцию 21.12.2021; одобрена после рецензирования 16.01.2022; принята к публикации 26.01.2022.

The article was submitted on 21.12.2021; approved after reviewing 16.01.2022; accepted for publication on 26.01.2022.