

Гузикова Валентина Викторовна,

кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков, Уральский юридический институт МВД России; 620057, Россия, г. Екатеринбург, ул. Корепина, 66; e-mail: guzikovav@mail.ru

Зеленина Лилия Евгеньевна,

кандидат педагогических наук, доцент кафедры профессионально-ориентированного языкового образования, Уральский государственный педагогический университет; 620017, Россия, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26; e-mail: zeliya@yandex.ru

Походзей Галина Викторовна,

кандидат педагогических наук, доцент кафедры профессионально-ориентированного языкового образования, Уральский государственный педагогический университет; 620017, Россия, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26; e-mail: zeliya@yandex.ru

МОДЕЛЬ ФОРМИРОВАНИЯ ДЕЛОВОЙ ИНОЯЗЫЧНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ НЕЯЗЫКОВЫХ ВУЗОВ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: иностранные языки; деловое общение; групповая работа; бизнес стратегии; иноязычные компетенции; деловые компетенции; студенты; неязыковые вузы.

АННОТАЦИЯ. Формирование деловой иноязычной компетенции во время обучения в вузе является необходимым требованием, предъявляемым к специалистам, принимающим участие в международной деятельности. Дается определение деловой иноязычной компетенции. Участие включает в себя международное профессиональное сотрудничество, участие в конференциях и симпозиумах, организация бизнес проектов. В связи с данным фактом имеется потребность формирования у студентов деловой иноязычной компетенции. Проведен структурный анализ существующих моделей формирования деловой иноязычной компетенции. Определены компоненты данной компетенции, рассмотрены оптимальные методы формирования необходимых знаний, навыков и умений. Разработан комплекс стратегических бизнес заданий и этапы формирования деловой иноязычной компетенции с учетом современной реальности. При формировании заданий были учтены национальные различия представителей разных культур. Изучены необходимые педагогические условия для формирования необходимых умений. Объясняется потребность формирования модели деловой иноязычной компетенции. Показана важность групповой и командной работы при обучении деловой коммуникации, умении принимать групповые решения, участвовать в мозговом штурме. Все входящие в модель компоненты формируются в процессе обучения студента в вузе, последующего самообразования, наряду с развитием и формированием других культурных и профессиональных компетенций. Описанная нами модель разработана с учетом особенностей профессиональной деятельности специалиста в деловой сфере.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Гузикова, В. В. Модель формирования деловой иноязычной компетенции студентов неязыковых вузов / В. В. Гузикова, Л. Е. Зеленина, Г. В. Походзей. – Текст : непосредственный // Педагогическое образование в России. – 2020. – № 6. – С. 103-108. – DOI: 10.26170/ro20-06-11.

Guzikova Valentina Victorovna,

Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Foreign languages, Ural Law Institute of the Ministry of Internal Affairs of Russia, Ekaterinburg, Russia

Zelenina Liliya Evgen'evna,

Candidate of Pedagogy, Associate Professor of Department of Professionally-Oriented Language Education, Ekaterinburg, Russia

Pokhodzey Galina Victorovna,

Candidate of Pedagogy, Associate Professor of Department of Professionally-Oriented Language Education, Ekaterinburg, Russia

THE MODEL OF DEVELOPING BUSINESS FOREIGN COMPETENCE OF STUDENTS NON-LINGUISTIC UNIVERSITIES

KEYWORDS: foreign languages; business conversation; group work; business strategy; foreign language competencies; business competencies; students; non-language universities.

ABSTRACT. Developing business foreign competence of students during learning at the university is necessary requirement demanded from the candidate, taking part in international collaboration. The definition of business foreign competence is given. The participation includes international professional collaboration, taking part in the conferences and symposia, business projects' organization. Taking this fact into consideration there is necessity of development of students' foreign business communication. The structural analysis of existing model of development foreign business competence is applied. The components of this competence are determined. The optimal methods of development required knowledge, skills are regarded. The complex of strategic business tasks and stages of development foreign business communication is developed, paying attention to modern reality. Creating the tasks, national differences of representatives of different cultures were taken into consideration. Needed pedagogical conditions for development the skills mentioned above are studied. The demand of development foreign business competence is explained. The importance of group and team work in teaching business communication is shown. It is necessary to develop skills to take group decisions, take part in brain storming. All the components of the

model are developing in the learning process of student at the university, the following self-education, with the development of other cultural and professional competences. The described model is formed paying attention to peculiarities of professional activity of specialists in business sphere.

FOR CITATION: Guzikova, V. V., Zelenina, L. E., Pokhodzey, G. V. (2020). The Model of Developing Business Foreign Competence of Students Non-Linguistic Universities. In *Pedagogical Education in Russia*. No. 6, pp. 103-108. DOI: 10.26170/po20-06-11.

Обучение деловому иноязычному общению считается важным компонентом формирования профессиональной компетенции будущего специалиста. Умение вести переговоры на иностранном языке, знание норм и правил деловой коммуникации значительно повышает конкурентоспособность специалиста на рынке. Также необходимо подчеркнуть необходимость сформировать умения работать в команде. Групповые решения могут привести к новой бизнес идее, а мозговой штурм позволяет взглянуть на проблему с разных точек зрения.

Высшее образование должно реагировать на изменения, вызванные многонациональным характером организации общества. По мере того, как общество приобретает глобальную независимость, студенты должны овладеть определенными межкультурными навыками, которые трансформируются в компетенции, необходимые для работы и взаимодействия в мировых масштабах [11, с. 257].

Целью нашего исследования проблемы формирования иноязычной деловой компетенции студентов стало, во-первых, уточнение понятия «деловая иноязычная компетенция», во-вторых, построение модели развития данной компетенции в условиях профессиональной подготовки, в-третьих, разработка стратегических заданий, которые способствуют формированию искомой компетенции.

Методологической основой данного исследования стал анализ существующей научной и научно-методической литературы по заявленной проблематике для определения основополагающих концепций, связанных с формированием иноязычной деловой компетенции обучающихся.

В рамках исследования мы определили, что цель формирования иноязычной деловой компетенции – это развитие профессионально значимых качеств, логического мышления, уважительного отношения к представителям других культурных сообществ, умение проанализировать деловую ситуацию с разных точек зрения. Обучение строится на основе личностного и компетентностного подходов, с опорой на разработанную модель. В процессе обучения предлагаются проблемные задачи, которые необходимо решить. Для формирования данной компетенции мы использовали сочетание традиционных и инновационных методов, форм, технологий и средств обучения.

Крайне важно сформировать у студентов уважение, толерантность, познакомить с правилами и речевыми формулами делового этикета. Необходимо уважать деловых партнеров, клиентов, независимо от их образа жизни, культурных особенностей, убеждений, расовой принадлежности, возраста, социального или экономического статуса. Вышеуказанные цели могут быть достигнуты в процессе обучения межкультурной компетенции как необходимого компонента профессиональной иноязычной компетенции.

Проведенный анализ вопросов формирования, а также разработки моделей межкультурной компетенции позволил авторам данной статьи предложить собственную модель формирования деловой иноязычной компетенции. Под данной компетенцией мы понимаем способность и готовность вести международное сотрудничество с представителями разных культур, учитывая национальные традиции, религиозные и этнические особенности, уважая ценностные установки, социальный статус и личностные характеристики с целью установления контактов, организации международных проектов и продвижения собственных продуктов на рынке.

Международная иноязычная компетенция требует постоянного развития, межкультурного образования, самообразования и саморазвития, с учетом постоянно меняющихся реалий. Результатом сформированности искомой компетенции могут служить приобретенные навыки ведения деловой коммуникации, знание профессиональной терминологии, владение необходимыми грамматическими конструкциями, которые преобладают в деловом общении. Также обучающиеся владеют знанием универсальных правил и этикета делового общения.

Они могут принимать культурные нормы и ценности представителей других национальностей. У них присутствуют толерантность и стремление понять противоположную точку зрения. В результате обучения студенты обладают стремлением и желанием к постоянному межкультурному образованию и развитию, поиску культурных знаний. Также они приобретают навыки мягкой аргументации собственной позиции.

Иноязычная профессиональная компетенция состоит из следующих базовых компонентов. Деловой тезаурус, включающий слова, словосочетания, деловые термины, необходимые для успешного ведения перегово-

ров и международного сотрудничества. Далее мы включили блок «бизнес идей». Под бизнес-идеями понимаются умственные усилия и вдохновение, направленные на получение прибыли. Бизнес идея включает алгоритм действий, комплекс задач, направленный на создание компании или услуги в определенном направлении деятельности для получения стабильного дохода. Бизнес-идеи подразумевают производство товаров или предоставление услуг за вознаграждение.

Одной из задач формирования деловой иноязычной компетенции является генерация бизнес-идей. Под генерацией бизнес-идей мы понимаем процедуру отбора бизнес-идей, которая включает в себя методы стимулирования творческой активности, аналитические методы и способы обработки информации, проведение исследования и анализ информации. Для внедрения бизнес-идеи в жизнь необходим бизнес-план. На занятиях делового иностранного языка мы ставим цель – обучить процедуре выбора оптимальных идей для деловой компании, опираясь на существующие возможности и индивидуальные предпочтения человека, наиболее приемлемых для реализации бизнес проекта. Это может быть организация концертов, продвижение новых методов обучения, создание определенных продуктов.

При обучении формированию бизнес-идей мы руководствуемся следующими правилами. Идей должно быть много. Идея должна быть из сферы деятельности, которая понятна организатору бизнеса. Идея должна быть интересной и вызывать интерес у потенциальных клиентов и покупателей. Суть идеи должна быть выражена в паре предложений.

Также мы включаем запрещающий блок. Туда мы отнесем всю информацию, которая не дает развиваться деловой иноязычной компетенции. Туда мы отнесем такие выражения как: *it will not work, it is not necessary, other people are doing this, why this has not done anybody else, it's stupid, it is too easy, it is too difficult, it is obvious.*

Грамматический блок, включающий преобладающие грамматические конструкции и времена английского языка. К ним относятся пассивный залог, согласование времен, настоящее, прошедшее и будущее время. Блок аргументации, в котором изучаются иноязычные приемы аргументирования, позволяет осваивать речевые формулы, клише и штампы делового иностранного языка, принятые в стране изучаемого языка. Он включает в себя толерантность и гибкость, культурную восприимчивость. Социокультурный блок, в котором изучаются ценности, особенности культуры и менталитета, психологические и этнические

особенности.

Показывается отражение культуры и менталитета в языке, ознакомление с языковыми реалиями. Социокультурный блок включает в себя культурную гармонию – правильное сознание, понимание и интерпретация как своей родной культуры, так и других культур, отказ от стереотипного восприятия представителей других культур [13, с. 232] Деловой этический компонент, включающий этические нормы и речевые формулы, принятые в стране изучаемого языка. При формировании социокультурной компетенции был использован новый подход – «метод применения чужой логики». Во время обучения класс был поделен на группы, и каждой группе нужно было решить определенную деловую проблему.

Но решить они ее должны были с позиции представителя другой культуры, учитывая его менталитет, образ жизни и мысли, принятые культурные ценности, моральные нормы и установки. Данные задания помогали студентам сформировать собственную точку зрения на проблему, учитывая эмоции, предрассудки, стереотипы. В результате выполнения данных заданий увеличилось взаимное уважение и эмоциональная поддержка внутри группы, что способствовало достижению образовательных целей [14, с. 145]. Умение решить проблему с позиции представителя другой национальности впоследствии даст возможность общаться с различными социальными категориями людей и демонстрировать принципы социальной справедливости при решении сложных общественных проблем [8, с. 168].

Также «метод чужой логики» можно использовать, когда необходимо научить студента понять мышление и логику оппонента. Например, подумайте о собеседовании с позиции директора компании. Какие логические ходы и деловые стратегии он может использовать при проведении собеседования и отборе кандидатов? Данная смена ролей помогает посмотреть на ситуацию со стороны и лучше понять, чего от тебя ждет директор компании. Какие вопросы он может задать? Можно попросить студентов написать список действий, которые бы не понравились Вам, как директору компании. Например, *to be late, to sip coffee during the interview, to get side track, to demonstrate ignorance about the company.* Таким образом, студенты отрабатывают условное наклонение и учатся мыслить с позиции другого человека. Данные техники помогают сделать меньше ошибок, быть более уверенным в себе при собственном устройстве на работу. Также можно составить список с позиции клиента, покупателя, поставщика услуг.

Стратегический блок содержит в себе

бизнес стратегии и техники для успешного представления, завязывания контактов, нахождения деловых партнеров или клиентов, генерацию идей по продвижению товаров или услуг, стратегии эффективного сотрудничества, расчет возможных рисков того или иного бизнеса.

При обучении деловому иностранному языку необходимо развить умения регулировать модели поведения, научить выбирать оптимальные и эффективные способы сотрудничества в условиях межкультурного взаимодействия. При ведении международного сотрудничества крайне важно знать ценностные установки, моральные рассуждения и межкультурную осознанность [9, с. 42].

К важным личностным качествам специалиста можно отнести сотрудничество с деловыми партнерами и клиентами, с представителями другой культуры, возможность вести совместную международную деятельность, тяга к новым знаниям и открытиям, результатом чего станет новый продукт, идея, продвижение товаров на международном рынке [12, с. 7].

Предложенная модель формирования деловой иноязычной компетенции, на наш взгляд, соответствует требованиям, предъявляемым к специалистам. Данная модель способствует развитию способностей, которые необходимы будущему профессионалу, она ориентирует процесс обучения деловому иностранному языку на достижение эффективных профессиональных результатов, что дает возможность отобрать оптимальные методы, средства обучения и формы работы.

При обучении деловому иностранному языку мы используем навыки стратегического мышления. Например, на первом занятии, при представлении однокурсника, студент, помимо биографических фактов, должен сказать, чем он может быть полезен другим людям. *He is good at team work, he knows computers inside out, she has good communication skills, she can draw very well, he is a good listener, she can help with your business plan, he knows how to make site, she is good at dealing with money, she can work under pressure, he is good at convincing people, she is very creative, he has good analytical skills.*

Таким образом, мы выстраиваем нетворкинг и смотрим, сотрудничество с какими людьми может быть взаимовыгодным, к кому мы можем обратиться в случае необходимости и чем мы можем помочь другим людям. Далее необходимо обдумать, как можно зарабатывать деньги на своих хобби или профессии. Например, *I cook very delicious pies. I can sell them online, I can teach people how to cook. I can make agreement with the restaurants, schools, offices. I can conduct cooking webinars. I can*

write articles in food magazines. I can have my own blog. I can buy an office with ovens and rent them. I can distribute special dishes for baking. I can take photos of my bakery and sell. I can organize online shop with bakery items. После каждого выступления можно устроить небольшую дискуссию, чтобы поделиться мнениями и идеями и посмотреть на проблему под другим углом. Можно дать студентам одну ситуацию, подумать, как можно заработать деньги и предложить им записать по десять идей. Потом необходимо выбрать две самые лучшие и всем записать их на доске. В конце можно устроить голосование по лучшим задумкам. Мозговой штурм дает возможность увидеть варианты, которые мы даже не рассматривали. Решение проблемных задач на этапе обучения позволит успешно решать реальные проблемы в процессе международного сотрудничества.

Затем студент думает, какие навыки и действия ему необходимы, чтобы зарабатывать больше денег. *I need a good business plan. I need an office. I should get necessary qualification. I would like to find a partner, my product should be advertised in social media. I need my own site. I need a driver to deliver orders. If I had driver's license I would save a lot of time, if I were well-organized I would solve more tasks during the day.* Во время выполнения данного задания студенты расширяют свой деловой тезаурус и развивают стратегическое бизнес мышление. Данное задание позволяет более критично оценить свои недостатки, подумать, какие профессиональные и личностные качества и навыки необходимо развивать. Это могут быть тренинги, вебинары, чтение специальной литературы, получение водительских прав, освоение компьютерной программы.

Также можно предложить в парах или небольших группах выписать все проблемы, которые встречаются при осуществлении профессиональной деятельности. Это дает возможность увидеть, какая именно сфера нуждается в улучшении и где можно внедрить новый товар или услугу. Можно задать студентам задачу, какой бизнес можно развивать, если сейчас лето и температура не превышает 15 градусов и постоянно идут дожди.

Задания данного типа способствуют развитию творческого и стратегического мышления и позволяют взглянуть на проблему более широко. Если мы обучаем музыкантов, они могут предложить организацию концертов, уроки вокала, тематические вечеринки и т. д. Экономисты могут предложить автоматы с одноразовыми зонтиками, бахилы на обувь, чистку обуви в магазине. Можно дать задание оценить чужие идеи и, возможно, на основе этих идей при-

думать новые собственные идеи. Можно предложить задание увидеть и разработать, как старые материалы можно применять по новому, как их можно усовершенствовать и какие нововведения внести.

При решении деловых задач можно использовать «тихий мозговой шторм». Данная техника предполагает решение деловой задачи: участнику необходимо предложить три способа решения задачи и передать листок соседу, сосед решает задачу, опираясь на уже предложенные решения. Это могут быть новые решения или идеи, подсказанные записанными на листе. Таким образом, можно найти несколько способов решения одной задачи.

На последнем этапе студент оценивает риски и сложности при внедрении определенной бизнес концепции. При выборе товара или услуги студенты ориентируются на интернет, мечты детства, профессиональные навыки, анализ областной программы развития, отчет экономического форума. Они разрабатывают групповой проект по внедрению товара или услуги на рынок. Студенты учитывают, какие ресурсы необходимо иметь (*money, connections, natural resources, professional-technical skills, minimal risk' zone, market niche*), рассчитывают расходы (аренда, наемные рабочие, аппаратура, реклама, доставка). Данное задание помогает реально оценить стоимость и возможность реализации проекта.

Студенты рассчитывают себестоимость продукта или услуги, анализируют, необходимо ли специальное помещение, оценива-

ют наличие материальных средств (начальный капитал, собственные деньги), наличие спроса и востребованности на продукт и услугу, доступ к поставщикам (возможность приобрести сырье и материалы по доступным ценам), наличие трудовых ресурсов (родственников, знакомых, которых можно привлечь к реализации бизнес проекта), рассчитывают степени рисков. Иногда производство нового продукта или оказание новых услуг может быть минусом, поскольку увеличивает степень риска будущего бизнеса. Также студенты рассматривают возможность получения кредитов, субсидий и гарантий.

К **основным выводам** исследования мы относим идею о том, что предложенная модель формирования деловой иноязычной компетенции, на наш взгляд, соответствует требованиям, предъявляемым к специалистам, участвующим в международной деятельности, международном сотрудничестве, совместных зарубежных проектах. Данная модель способствует развитию бизнес стратегий, критического мышления, аналитических способностей, которые необходимы будущему специалисту в процессе осуществления профессиональной деятельности.

Данная модель позволяет решать реальные профессиональные задачи средствами иностранного языка, она ориентирует процесс обучения деловому иностранному языку на достижение эффективных профессиональных результатов, что дает возможность отобрать оптимальные методы, средства обучения и формы работы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Зеленина, Л. Е. Эмотивно-эмпатийная сторона делового общения с итальянцами / Л. Е. Зеленина // Общие и частные вопросы филологии : сборник научных статей по материалам XIII Международной научно-практической конференции / отв. ред. Н. В. Кормилина, Н. Ю. Шугаева. – 2016. – С. 11-15.
2. Зеленина, Л. Е. Модель формирования межкультурной компетенции студентов медицинских специальностей / Л. Е. Зеленина, К. А. Митрофанова, Е. А. Пенькова // Педагогическое образование в России. – 2019. – № 9. – С. 117-121.
3. Колесниченко, В. Л. К вопросу об особенностях вербального и невербального коммуникативного поведения представителей английской и испанской лингвокультур / В. Л. Колесниченко // Труды междунар. науч.-практ. интернет-конф. «Преподаватель высшей школы в XXI веке». – Ростов-на-Дону, 2009. – Вып. 7. – С. 169-174.
4. Колтунова, М. В. Деловое общение: нормы, риторика, этикет : учеб. пособие / М. В. Колтунова. – М., 2005. – 276 с.
5. Ляудис, В. Я. Формирование учебной деятельности студентов / В. Я. Ляудис. – М. : МГУ, 1989.
6. Муравьева, О. И. Основные стратегии в структуре коммуникативной компетентности : дис. ... канд. психол. наук / Муравьева О. И. – Томск, 2005.
7. Походзей, Г. В. Диалог культур как средство развития иноязычной межкультурной компетенции на занятиях иностранного языка / Г. В. Походзей // Формирование поликультурной языковой личности специалиста средствами родного, ИЯ и русского языков : сб. материалов всеросс. круглого стола. – Орел, 2013. – С. 84-88.
8. Bilthe, S. J. Teaching intercultural communication through service-learning / S. J. Bilthe // Communication. Teacher. – 2016. – Vol. 30, № 3. – P. 165-171.
9. Günçavdı, G. Level of Intercultural Competence of International Students at Kocaeli University / G. Günçavdı, S. Polat // Universal Journal of Educational Research. – 2016. – № 4 (12A). – P. 39-45.
10. Dasli, M. Reviving the moments: From cultural awareness and cross-cultural meditation to critical intercultural language pedagogy / M. Dasli // Pedagogy, Culture & Society. – 2011. – № 19 (1). – P. 21-39.
11. Engberg, M. E. Examining the relationship between intercultural engagement and undergraduate students' global perspective / M. E. Engberg, L. M. Davidson, M. Manderino, et al. // Multicultural Education Review. – 2016. – Vol. 8, № 4. – P. 253-274.

12. Marino, R. Cultural competency and communication skills of dental students: clinical supervisors' perceptions / R. Marino, A. Chanim, M. Morgan, et al. // *European Journal of Dental Education*. – 2016. – P. 1-8.
13. Odağ, Ö. Definition of intercultural competence according to undergraduate students at an International University in Germany / Ö. Odağ, H. R. Wallin, K. K. Kedzior // *Journal of Studies in International Education*. – 2018. – P. 13-18.
14. Root, E. Staging scenes of co-cultural communication: Acting out aspects of marginalized and dominant identities / E. Root // *Communication Teacher*. – 2018. – № 32 (1). – P. 13-18.
15. Shalom, Y. B. Intercultural encounters as a 'Mind Body' experience: a case study in Jerusalem / Y. B. Shalom, T. Grebelsy-Lichtman, F. Alayan // *Intercultural Education*. – 2018. – Vol. 29, № 1. – P. 139-147.

REFERENCES

1. Zelenina, L. E. (2016). Emotivno-empatiynaya storona delovogo obshcheniya s ital'yantsami [The emotive-empathic side of business communication with Italians]. In Kormilina, N. V., Shugaeva, N. Yu. (Eds.). *Obshchie i chastnye voprosy filologii: sbornik nauchnykh statey po materialam XIII Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii*, pp. 11-15.
2. Zelenina, L. E. Mitrofanova, K. A., Pn'kova, E. A. (2019). Model' formirovaniya mezhkul'turnoy kompetentsii studentov meditsinskikh spetsial'nostey [Model of the formation of intercultural competence of students of medical specialties]. In *Pedagogicheskoe obrazovanie v Rossii*. No. 9, pp. 117-121.
3. Kolesnichenko, V. L. (2009). K voprosu ob osobennostyakh verbal'nogo i neverbal'nogo kommunikativnogo povedeniya predstaviteley angliyskoy i ispanskoy lingvokul'tur [On the issue of the features of verbal and non-verbal communicative behavior of representatives of the English and Spanish linguistic cultures]. In *Trudy mezhdunar. nauch.-prakt. internet-konf. «Prepodavatel' vysshey shkoly v XXI veke»*. Rostov-on-Don. Issue 7, pp. 169-174.
4. Koltunova, M. V. (2005). *Delovoe obshchenie: normy, ritorika, etiket* [Business communication: norms, rhetoric, etiquette]. Moscow. 276 p.
5. Lyaudis, V. Ya. (1989). *Formirovanie uchebnoy deyatel'nosti studentov* [Formation of educational activities of students]. Moscow, MGU.
6. Murav'eva, O. I. (2005). *Osnovnye strategii v strukture kommunikativnoy kompetentnosti* [Basic strategies in the structure of communicative competence]. Dis. ... kand. psikhol. nauk. Tomsk.
7. Pokhodzey, G. V. (2013). Dialog kul'tur kak sredstvo razvitiya inoyazychnoy mezhkul'turnoy kompetentsii na zanyatiyakh inostrannogo yazyka [Dialogue of cultures as a means of developing foreign language intercultural competence in foreign language classes]. In *Formirovanie polikul'turnoy yazykovoy lichnosti spetsialista sredstvami rodnogo, IYa i russkogo yazykov: sb. materialov vseross. kruglogo stola*. Orel, pp. 84-88.
8. Bilthe, S. J. (2016). Teaching intercultural communication through service-learning. In *Communication Teacher*. Vol. 30. No. 3, pp. 165-171.
9. Günçavdı, G., Polat, S. (2016). Level of Intercultural Competence of International Students at Kocaeli University. In *Universal Journal Of Educational Research*. No. 4 (12A), pp. 39-45.
10. Dasli, M. (2011). Reviving the moments: From cultural awareness and cross-cultural meditation to critical intercultural language pedagogy. In *Pedagogy, Culture & Society*. No. 19 (1), pp. 21-39.
11. Engberg, M. E., Davidson, L. M., Manderino, M., et al. (2016). Examining the relationship between intercultural engagement and undergraduate students' global perspective. In *Multicultural Education Review*. Vol. 8. No. 4, pp. 253-274.
12. Marino, R., Ghanim, A., Morgan, M., et al. (2016). Cultural competency and communication skills of dental students: clinical supervisors' perceptions. In *European Journal of Dental Education*, pp. 1-8.
13. Odağ, Ö., Wallin, H. R., Kedzior, K. K. (2018). Definition of intercultural competence according to undergraduate students at an International University in Germany. In *Journal of Studies in International Education*, pp. 13-18.
14. Root, E. (2018). Staging scenes of co-cultural communication: Acting out aspects of marginalized and dominant identities. In *Communication Teacher*. No. 32 (1), pp. 13-18.
15. Shalom, Y. B., Grebelsy-Lichtman, T., Alayan, F. (2018). Intercultural encounters as a 'Mind Body' experience: a case study in Jerusalem. In *Intercultural Education*. Vol. 29. No. 1, pp. 139-147.