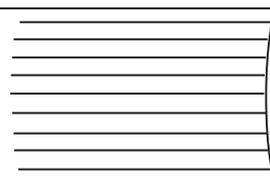


**ЯЗЫКОВОЕ ОБРАЗОВАНИЕ.  
МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ  
ФИЛОЛОГИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН**



УДК 811.16.367. 628

DOI 10.25688/2076-913X.2021.42.2.09

**Т. С. Домбровский**

**Изучение бизнес-цивилизации  
на русском языке в польской  
филологической аудитории**

В статье представлено содержание авторской учебной программы курса по обучению польских студентов-филологов бизнесу на русском языке и методы ее реализации. Курс базируется на правилах и формах российского предпринимательства в сопоставлении с польскими условиями хозяйствования. Целью курса является ознакомление учащихся с фактической, страноведческой информацией, аутентичными российскими документами, а также аудио- и видеоматериалами. На их основе отрабатываются виды речевой деятельности. Приводятся примеры отдельных заданий, снабженные методическим комментарием.

Ключевые слова: бизнес-цивилизация; РКИ; русский язык специальности; российское предпринимательство; коммерция; логистика; учебные задания; наглядные бизнес-материалы.

**В** 2010 г. в учебной лаборатории дидактики и технических средств обучения Института русистики Лодзинского университета нами была разработана учебная программа курса по обучению русскому языку в сфере бизнеса — «Русский язык специальности. Бизнес» [1; 6]. С этого времени студенты-русисты, избравшие специальность «Русский язык в бизнесе» (в дальнейшем — «Русский язык в бизнесе и туризме»), могли уже основательно постигать правила и формы российского предпринимательства в сопоставлении с польскими условиями хозяйствования.

Данный курс на русском языке в объеме 120 часов (по 60 часов в год, т. е. по 30 часов в семестр) предусматривал занятия на 2–3-м курсах бакалавриата в группах с уровнем владения русским языком В1.

При разработке курса мы изучали изданную российскими издательствами учебную и методическую литературу наиболее компетентных авторов: Е. Е. Жуковской Э. Н. Леоновой, Е. И. Мотиной [2], С. А. Хаврониной, Л. П. Клобуковой и др. [5].

Авторский курс был задуман как ознакомление иностранных студентов с фактической страноведческой информацией, аутентичными российскими бизнес-материалами, документами, аудио- и видеозаписями, на основании которых должны были отрабатываться виды речевой деятельности, в частности говорение, аудирование и письмо. Материалы для чтения направлены на изучение учащимися новой бизнес-лексики в специфическом стилистическом окружении, расширение и обогащение их языковых знаний.

После окончания курса студентам предлагалось выдержать международный сертификационный экзамен по русскому языку «Русский язык делового общения. Бизнес и коммерция. Средний уровень» в Государственном институте русского языка им. А. С. Пушкина и Торгово-промышленной палате Российской Федерации.

Для реализации этой цели предложенные нами тематические блоки вопросов, а также форма изложения, включая контрольные задания по всем видам речевой деятельности, соответствовали предметно-методическому описанию и требованиям к данному экзамену [3; 4].

Следует отметить, что указанный экзамен известен в Польше с 1995 г. и до сих пользуется популярностью среди выпускников польских экономических вузов и признанием работодателей.

К сожалению, первоначальный замысел авторского курса претерпел изменения: его структура и содержание были модифицированы. В силу организационных причин занятия по русскому языку в сфере бизнеса были предложены учащимся, изучающим русский язык с нуля, что, разумеется, значительно ограничило использование всего учебно-понятийного аппарата на занятиях со студентами, которые за первый год обучения овладели лишь азбукой и азами русского языка.

Из-за ограниченного количества часов (30 часов) на занятиях первого семестра мы могли лишь бегло рассмотреть вопросы организационно-правовой формы предприятий и ее регистрации с учетом документов; представить структуру фирмы; обсудить основные финансово-экономические показатели эффективности деятельности предприятия; рассмотреть наиболее оптимальные средства продвижения товара на рынке; наглядно представить виды и формы торговли; оценить участие фирмы в торговых мероприятиях и т. п.

Вопросы тематических блоков обсуждались на занятиях с помощью стилизирующего материала в виде тестовых заданий (с открытыми вопросами), форм документов для заполнения, конкретных ситуативных заданий, дискуссии после прослушивания/просмотра аудио- и видеоматериала.

Зачастую для выполнения определенного задания на занятиях нам приходилось опережать ввод грамматического материала, поскольку некоторые грамматико-синтаксические явления предусматривались учебными программами лишь на старших курсах.

На вводных занятиях по бизнес-программе учащиеся получили распечатки с основной лексикой, понятиями и конструкциями по всем изучаемым вопросам.

В качестве первой темы для обсуждения мы предлагаем организационно-правовые формы предприятий в Российской Федерации (в сравнении с польскими). Важность данной темы, на наш взгляд, бесспорна, поскольку данные формы организации предпринимательской деятельности нормативно закреплены в Гражданском кодексе РФ (ср.: Торговый кодекс Республики Польша); кроме того, они в полной или сокращенной форме (например, в виде аббревиатур) красной нитью проходят через весь курс занятий по русскому языку в бизнес-сфере.

Для закрепления лексического и фактического материала учащиеся, опираясь на материал занятий, выполняют, например, такое задание:

**Восстановите полный текст, вставляя в интервалы пропущенные слова.**

1. **Общество с \_\_\_\_\_ ответственностью (ООО)** — учрежденное \_\_\_\_\_ и/или физическими \_\_\_\_\_ хозяйственное общество, уставный \_\_\_\_\_ которого разделен на доли; участники \_\_\_\_\_ не \_\_\_\_\_ по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью \_\_\_\_\_, в пределах стоимости принадлежащих им \_\_\_\_\_ или \_\_\_\_\_ в уставном \_\_\_\_\_ общества.

2. **Акционерное \_\_\_\_\_ (АО)**, это коммерческая \_\_\_\_\_, уставный \_\_\_\_\_ которой разделен на определенное число \_\_\_\_\_. Акционеры не отвечают по \_\_\_\_\_ АО и несут риск убытков в пределах стоимости \_\_\_\_\_ им акций.

Для подведения итогов занятий, посвященных подготовительным действиям, предшествующим регистрации компании (товарищества и/или общества), собственно этапам регистрации фирмы и действиям после ее регистрации, послужило примерно такое задание:

**Расскажите вашему коллеге о процедуре создания и регистрации компании, используя следующую тематическую лексику. Соблюдайте последовательность действий.**

В качестве учебного материала, усвоение которого в значительной степени облегчает учащимся подготовку презентации фирмы по заранее заданному плану устного/письменного высказывания, мы используем такие задания, как, например:

**Прочитайте текст. Обратите внимание на новую лексику. Постройте свой микротекст по данной модели:**

Фирма «РосВид» **была создана** в Ленинграде в ноябре 1985 года. Она занимается **производством и продажей видеотехники**. Свою продукцию «РосВид» **экспортирует** во многие страны СНГ.

...

По нашему мнению, важной темой для обсуждения на занятиях является вопрос о структуре предприятия. В ходе занятий иностранные учащиеся знакомятся с видами отдельных структурно-организационных подразделений,

названиями должностей топ-менеджмента, руководителей среднего звена (отделов или служб данного предприятия) и руководителей низшего звена (руководители секций, цехов и т. п.).

Очень эффективной формой задания является представление учащимся схемы определенной структуры фирмы с пустыми полями фигур для заполнения соответствующими данными (названия отделов и руководящих кадров на предприятии). Необходимым условием правильного выполнения работы является не только усвоение лексики по теме, но прежде всего осознание иерархии должностей, логика мышления и понимание обязанностей и компетенции отдельных работников предприятия и их секторов.

Для закрепления умений и навыков использования в речи выражений, которые вызывают определенные трудности с образованием правильных падежных форм в таких конструкциях, как «работать (кем?)»; «назначать на должность (пост)»; «продвигать по службе»; «повышать»; «(что?) входит в обязанности (чьи? кого?)»; «работы по (чему?)» и пр., предлагается такое задание:

**Определите, кто чем занимается. В интервалы вставьте пропущенные слова.**

1. Николая Петровича Воробьева \_\_\_\_\_ на должность (руководитель) \_\_\_\_\_ отдела продаж.
2. Светлана Андреевна Иванова \_\_\_\_\_ отделом кадров и \_\_\_\_\_ за подбор персонала.

**Проанализируйте схему структуры предприятия ABC. Заполните пустые поля фигур фактической информацией.**

В качестве учебно-тренировочного материала мы предлагаем студентам речевые упражнения с использованием таких конструкций, как «стоять во главе (чего?)»; «возглавлять (что?)»; «нести/возлагать ответственность (за что? на кого?)»; «лежит ответственность (за что? на ком?)»; «управлять, руководить, заведовать (кем? чем?)»; «(что?) находится в (чьей-либо) компетенции», «в (чем-либо) ведении»; «входит в (чью-либо) компетенцию» и пр.

**Прочитайте текст, восстанавливая пропущенные слова в соответствующей форме по контексту.**

1. Менеджер по (6) \_\_\_\_\_ отвечает за (7) \_\_\_\_\_ и повышение (8) \_\_\_\_\_ персонала.
2. Директор (13) \_\_\_\_\_ несет (14) \_\_\_\_\_ за все производственные и (15) \_\_\_\_\_ вопросы.

Рассмотрению основных финансово-экономических показателей эффективности деятельности компании и заодно использованию в речи не только целых, но также дробных имен числительных способствуют такие задания, как, например:

**В интервалы впишите нужное по контексту слово. Цифры в скобках напишите словами.**

1. Выручка компании «Феникс» за 20... год \_\_\_\_\_ (374,9 долл. США) \_\_\_\_\_, что \_\_\_\_\_ рост на (38 %) \_\_\_\_\_.
2. Ожидается, что чистая прибыль предприятия, согласно предварительным данным, \_\_\_\_\_ на (15–16 %) \_\_\_\_\_ и \_\_\_\_\_ около (74 млн долл. США) \_\_\_\_\_.

Следует отметить, что склонение русских имен числительных представляет для польских учащихся большие трудности и поэтому мы стараемся по мере возможности предлагать студентам как можно больше корректировочных заданий, содержащих формы данной части речи.

Как известно, фирма преуспевает лишь тогда, когда быстро и качественно реализует крупные заказы на поставку своей продукции. Поэтому любая фирма должна заботиться об увеличении объема продаж, а следовательно, о прибыли.

Рассматривая вопросы стимулирования сбыта и продвижения товара на рынке, мы просим студентов как представителей определенных фирм проанализировать конкретную рыночную ситуацию и выбрать по своему усмотрению наиболее оптимальное решение, максимизирующее в конечном счете сбыт продукции. Например:

**Определите наиболее эффективные виды и формы стимулирования продаж ОАО «Бета». Проанализируйте и обоснуйте ваш выбор.**

**Какие, по вашему мнению, формы продвижения товара могут повысить конкурентоспособность фирмы на рынке? Ответ обоснуйте.**

Отдельной емкой и важной темой, которая обсуждается на занятиях по русскому бизнесу, являются виды и формы торговли. После мультимедийной презентации, которую мы показываем студентам в качестве вводного страноведческого и лексического материала, с целью выработки навыков и умений использования представленной лексики в речи мы предлагаем такие задания, как, например:

**Изучите виды и формы торговли. Прочитайте текст, в интервалы впишите пропущенные слова.**

Существуют два основных метода \_\_\_\_\_ торговли. Это традиционная торговля (торговля с \_\_\_\_\_) и торговля с открытым доступом к \_\_\_\_\_. Покупатель сам берет с полки \_\_\_\_\_ и несет его к \_\_\_\_\_, расположенной у выхода из \_\_\_\_\_, где он \_\_\_\_\_ за все свои покупки.

Общеизвестно, что основной целью участия фирмы в таких торговых мероприятиях, как выставки или ярмарки, является демонстрация ее продукции, поиск потенциальных клиентов и заключение выгодных сделок. Рассматривая вопросы, связанные с видами торговых мероприятий, формами проведения и условиями участия, мы рекомендуем учащимся, используя изученную лексику, составить диалог на такую, например, тему:

**Убедите маркетинг-директора в целесообразности участия вашей фирмы в выставке/ярмарке. Раскройте тему, используя следующие аргументы: расходы по участию, организация стенда и др.**

Во втором семестре мы предлагаем студентам ролевую игру «Представитель фирмы». На основании материала первого семестра мы просим учащихся придумать какую-нибудь фирму, чтобы представлять интересы этого предприятия.

Первой темой, рассматриваемой нами на занятиях, является продукция данной фирмы. В зависимости от выбранных студентами продуктов/товаров мы рассматриваем такие характеристики, как наименование товара, его назначение, описание внешнего вида / дизайна, состава (материалы/ингредиенты), функциональность, достоинства, отличие от товаров конкурентов, способы и формы реализации и пр.

Студенты описывают продукцию с использованием клишированных фраз типа: «Мы предлагаем вашему вниманию ...»; «Наши изделия изготовлены из ...»; «В состав ... входит ...»; «Внимание привлекает ...»; «Просим обратить особое внимание на ... / на то, что ...» и т. д.

Использование данных фраз всеми учащимися по очереди при описании каких-нибудь изделий способствует выработке автоматизма и безошибочного их произношения.

В качестве реальных ситуаций мы приводим примеры представления продукции на открытии фирмой стенда на выставке/ярмарке; выступление с презентацией продукции в демонстрационном зале во время, например, брифинга; участие в переговорах с бизнес-партнером по вопросу коммерческого предложения и т. д. Например:

**Вы выступаете на выставке на открытии стенда своей фирмы. Расскажите присутствующим о ее продукции.**

Как показывает преподавательский опыт, интересной темой для обсуждения является процесс производства продукции. Предваряя данную тему, мы предлагаем студентам ознакомление с процессами производства на предприятии с помощью схематических рисунков технологических линий производства и/или видеоряда, представляющего заводские помещения и изготовление данного товара/продукта (шоколада, цемента, пива и пр.).

Рассказ на занятиях об этапах производства определенной продукции требует от студентов получения информации из различных русскоязычных источников и самостоятельного изучения новой, зачастую трудной, технической лексики.

Некоторые учащиеся сопровождают свой рассказ наглядными материалами (схемами, рисунками, фотографиями и пр.).

На наш взгляд, такая форма задания не только расширяет и обогащает лексический запас студентов, но также способствует выработке навыков по профессиональной ориентации и выполняет познавательную функцию.

Поскольку современный рынок предъявляет высокие требования не только к качеству самой продукции, но и к упаковочным материалам и их функциональности при транспортировке товаров, на наших занятиях мы уделяем данному вопросу много внимания.

Студенты должны подобрать к продукции фирмы наиболее оптимальную упаковку с учетом таких ее качеств, как прочность, экологичность/возвратность, стерильность, гигиеничность, изолированность от неблагоприятных внешних факторов, эргономичность, удобство формы, содержательная маркировка (информации о фирме и товаре) и пр.

**Из предложенных видов упаковочных материалов выберите тот, который в наибольшей мере подойдет продукции вашей фирмы. Выбор обоснуйте.** (Полиэтиленовая пленка, металлическая банка, стеклотара, гофрокартон, пластиковая емкость.)

Следующей темой является вопрос заботы о клиентах, т. е. так называемая культура обслуживания. В данное понятие мы вкладываем, например, транспортировку крупногабаритного товара до двери, сервисные услуги, кредиты, скидки, бонусы, программы лояльности и пр.

Ключевой темой всего курса является заключение коммерческой сделки, поэтому в качестве подтем на занятиях рассматриваются такие вопросы, как логистические решения (поставки сырья, материалов, комплектующих); грузоперевозки (выбор частотности поставок товаров и транспортного средства); управление запасами; планирование закупок и пр.

**Вам нужно перевезти груз (вид, размер, вес, количество определите сами). Позвоните в компанию «Авто-Транс» и узнайте условия перевозки и ее стоимость.**

Занятия по русскому языку в бизнес-сфере на 3-м курсе бакалавриата имеют более конкретный характер. В первом семестре студенты изучают все виды устного бизнес-общения (прямое и опосредованное), используемые в каких ситуациях, как, например, разговор с партнером при встрече (прямое общение), и опосредованный разговор (общение по телефону, посредством Интернета и пр.).

Целью наших занятий является также ознакомление с действиями, предвещающими визит делового партнера на предприятие, а затем изучение всевозможных ситуаций, связанных с переговорами.

**Выясните у секретаря фирмы «Рондо»: 1) кто от них прибывает к вам на предприятие; 2) узнайте цель визита; 3) сроки пребывания; 4) его пожелания по вопросу жилья, а также 5) его ожидания по культурной программе. Составьте диалог на русском языке.**

Одной из целей прибытия на предприятие делового партнера являются переговоры. В начале данного блока вопросов мы знакомим студентов с наиболее частотными вопросами, обсуждаемыми в процессе деловых переговоров. Это, прежде всего, количество, качество, цена товара; система льгот и скидок; базисные условия поставок (ИНКОТЕРМС 2000 и 2010); сроки и место поставки; гарантийный срок; страхование груза, людей, движимого и недвижимого имущества и пр.

**Определите единицы измерения отгружаемого товара. Заполните пропуски.**

1. Мы заказываем 1000 \_\_\_\_\_ дамских и мужских кожаных перчаток в \_\_\_\_\_ с окошком  $230 \times 160 \times 50$  \_\_\_\_\_ по 10 \_\_\_\_\_ в каждой.
2. Гарантируем быструю доставку 100 \_\_\_\_\_ телевизионных приемников SAMSUNG с экраном с \_\_\_\_\_ 46–49 \_\_\_\_\_. Технология LED.

**Изучите данные словосочетания:** предлагать цену; обосновать рост цен; пересмотреть цены; цена включает НДС; наценка на товар; реализовать продукцию в минус / себе в ущерб; ниже издержек производства; продавать по рекламным ценам.

**Составьте с ними предложения.**

**Вы являетесь работником транспортно-экспедиционной компании. К вам обратился клиент, который собирается перевезти груз. Убедите его произвести перевозку товара автомобильным транспортом. Используйте материал для справки.**

**Проведите по предложенному плану диалог между покупателем и страховым агентом:**

1. Договор страхования, условия договора.
2. Размер страховой премии (компоненты, факторы риска).
3. Меры при возникновении страхового случая.
4. Возмещение ущерба.

Занятия второго семестра предусматривают подробный графический, лексико-семантический и стилистический анализ всех документов, с которыми студенты косвенно уже встречались на занятиях по особенностям ведения бизнеса в России на 2–3-м курсах, начиная с учредительных, регистрационных, финансовых, товаросопроводительных, транспортных, банковских, таможенных и заканчивая страховыми.

На занятиях мы выводим на большой экран отдельные документы и, подробно характеризуя их форму, цвет, размер, графическое оформление, обращаем внимание на их функцию и место в процессе деятельности предприятия. Учащимся объясняются отдельные слова и словосочетания, а также многочисленные сокращения и аббревиатуры, знание которых существенным образом может влиять на правильность оформления документа (например, на полноту представления информации в рубриках, понимание формулировок и пр.).

Итоговым контрольным заданием по работе с российской бизнес-документацией является распознавание и называние учащимися 20 документов на основании небольших отсканированных фрагментов.

Во второй части семестра на итоговом занятии всего бизнес-цикла мы занимаемся составлением и переводом с польского языка на русский (и в меньшей степени с русского языка на польский) видов коммерческой переписки (простых писем, преддоговорной переписки, контракта и последодоговорной переписки и документов).

Цель наших занятий — ознакомить учащихся с правилами оформления деловых писем с указанием реквизитов в соответствии с российскими стандартами — требованиями раздела 2 ГОСТ Р 6. 30-97 с изменениями 2000 г., обратить внимание на графические, лексические и стилистические особенности писем, акцентировать внимание студентов на их отличиях от польской практики.

На занятиях мы представляем студентам определенное письмо, объясняем ситуацию, цель и условия, при которых данное письмо может быть составлено работниками фирмы. В основном это адаптированные нами для учебных целей аутентичные материалы (удалены личные данные и данные предприятия) либо изготовленные нами учебные материалы, содержащие, например, описание определенной ситуации, требующей ответной реакции в письменной форме. Для проверки степени овладения умениями и навыками правильного размещения реквизитов и элементов в письме, закрепления новой лексики / языковых клише мы предлагаем учащимся тексты писем и просим вписывать в интервалы недостающую лексику и фактическую информацию. Например:

О \_\_\_\_\_ гарнитуров \_\_\_\_\_.

Уважаемые \_\_\_\_\_!

Сообщаем, что мы получили Ваше \_\_\_\_\_ на поставку 200 гарнитуров \_\_\_\_\_, за \_\_\_\_\_ благодарим Вас.

Наши \_\_\_\_\_ его подробно \_\_\_\_\_ и \_\_\_\_\_, что \_\_\_\_\_ Вами цена \_\_\_\_\_.

...

**Составьте по русскому стандарту письмо-напоминание, учитывая следующие данные.**

1. СБТ, 109185, ул. Б. Пастернака, 12/2, стр. 4, тел. (095) 7904172, (095) 7972593, факс: (095) 9683156, e-mail: cbt@centr.ru, р/с 48938642610 в АКБ «Инкомбанк», к/с 546382100345 БИК 104863999927.
2. ОАО «В-Кодекс», 223890, г. Обнинск, ул. Живописная, 27, офис 63, тел.: 453-4323, факс: 4385612.
3. Истекает очередной срок оплаты счетов №№ 946/19 и 947/19.
4. В случае неоплаты счетов до..., вы передадите дело в арбитраж.
5. Формула вежливости.
6. Подпись.

По нашему опыту видно, что для быстрого и прочного усвоения знаний на занятиях с филологами, в отличие от экономистов, теоретический материал нужно иллюстрировать практическим материалом, с которым студенты могут столкнуться в своей будущей профессиональной деятельности. Они сами должны убедиться в целесообразности изучения данного тематического блока, в его прикладном характере.

В стране существует много совместных предприятий, инофирм в сфере экономики, торговли и маркетинга, а также их филиалов и представительств, в которых работают поляки.

Несмотря на различные, не зависящие от нас проблемы с торговыми контактами между Польшей и Россией, студенты-русисты нашего института связывают свое будущее, т. е. профессиональную деятельность и успешный карьерный рост, с русским языком, с возможностью практического его использования в работе.

Как ответ на требование времени и с целью удовлетворения потребностей учащихся, на наш взгляд, в настоящее время недостаточно лишь вести обучение русскому языку в сфере бизнеса (т. е. главным образом делать упор на лексико-грамматические конструкции и стиль речи, типичные для русского делового языка), а, скорее, следует изучать специфику ведения бизнеса в России на русском языке.

Отобранный нами материал и его объем, содержание, формы и методы ведения занятий, а также подбор иллюстративного материала, по нашему мнению, наиболее полно обеспечивают развитие предметной компетентности учащихся в области предпринимательства, функционирования предприятий, правил маркетинга и ведения бизнеса в России.

Остается надеяться, что благодаря таким занятиям выпускник лодзинской школы русистики, вооруженный знаниями реалий ведения бизнеса в России, владеющий умениями и навыками использования лексического запаса в процессе восприятия, восстановления и/или продуцирования текста, знающий элементы русского делового этикета и пр., в будущем, получив, например, еще второе образование или окончив соответствующие курсы, сможет успешно

решать профессиональные задачи, активно участвовать в переговорах, торговых мероприятиях, представлять свою фирму и ее продукцию, выполнять переводческую работу и т. п.

### Библиографический список

#### Литература

1. Домбровский Т. С. Курс русского языка специальности (модуль «Бизнес») в рамках программ бакалавриата и магистратуры для польских студентов-филологов // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Педагогика. 2017. № 4. С. 106–115. DOI: 10.18384/2310-7219-2017-4-106-115
2. Жуковская Е. Е., Леонова Э. Н., Мотина Е. И. [Русский язык]: Курс для бизнесменов: Контакты. Встречи. Переговоры. М.: ПАИМС, 1993. 174 с. (Русский язык как иностранный).
3. Журавлева Л. С. Тестовый практикум по русскому языку делового общения. Бизнес. Коммерция. Средний уровень / Л. С. Журавлева и др. 3-е изд., стер. М.: Рус. яз. Курсы, 2007. 272 с.
4. Трушина Л. Б. Бизнес-контакт. Тесты по русскому языку как иностранному для делового общения / Л. Б. Трушина и др. М.: Омен, 1996. 224 с.
5. Хавронина С. А., Клобукова Л. П., Михалкина И. В. Русский язык для деловых людей. Вып. 1. Презентация фирмы. М.: МП «Дельта-ВСП», 1991. 74 с.; Вып. 2. Коммерческие предложения, объявления, реклама. М.: МП «Дельта-ВСП», 1993. 160 с.; Вып. 3. Финансы и банки. М.: МП «Дельта-ВСП», 1993. 176 с.
6. Dąbrowski T. Program nauczania języka specjalistycznego (Język rosyjski w biznesie), Uniwersytet Łódzki Wydział Filologiczny Instytut Rusycystyki Pracownia Dydaktyki i Technicznych Środków Nauczania, Łódź, 2010. 28 с.

#### References

#### Literatura

1. Dombrovskij T. S. Kurs russkogo yazy`ka special`nosti (modul` «Biznes») v ramkax programm bakalavriata i magistratury` dlya pol`skix studentov-filologov // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Pedagogika. 2017. № 4. С. 106–115. DOI: 10.18384/2310-7219-2017-4-106-115
2. Zhukovskaya E. E., Leonova E`. N., Motina E. I. [Russkij yazy`k]: Kurs dlya biznesmenov: Kontakty`. Vstrechi. Peregovory`. M.: PAIMS, 1993. 174 s. (Russkij yazy`k kak inostranny`j).
3. Zhuravleva L. S. Testovy`j praktikum po russkomu yazy`ku delovogo obshheniya. Biznes. Kommerciya. Srednij uroven` / L. S. Zhuravleva i dr. 3-e izd., ster. M.: Rus. yaz. Kursy`, 2007. 272 s.
4. Trushina L. B. Biznes-kontakt. Testy` po russkomu yazy`ku kak inostrannomu dlya delovogo obshheniya / L. B. Trushina i dr. M.: Omen, 1996. 224 s.
5. Havronina S. A., Klobukova L. P., Mixalkina I. V. Russkij yazy`k dlya delovy`x lyudej. Vy`p. 1. Prezentaciya firmy`. M.: MP «Del`ta-VSP», 1991. 74 s.; Vy`p. 2. Kommercheskie predlozheniya, ob`yavleniya, reklama. M.: MP «Del`ta-VSP», 1993. 160 s.; Vy`p. 3. Finansy` i banki. M.: MP «Del`ta-VSP», 1993. 176 s.

6. Dąbrowski T. Program nauczania języka specjalistycznego (Język rosyjski w biznesie), Uniwersytet Łódzki Wydział Filologiczny Instytut Rusycystyki Pracownia Dydaktyki i Technicznych Środków Nauczania, Łódź, 2010. 28 s.

**T. S. Dombrovskij**

### **Teaching Business Civilization in Russian to Polish Students Specializing in Linguistics**

The article presents the content of the course on business read to Polish Philology students in Russian as well as regards methods of its implementation. The course relies on the rules and forms of Russian entrepreneurship in comparison with Polish business conditions. The aim of the course is to familiarize students with factual, regional geographic data, authentic Russian documents, as well as audio and video materials. The latter contribute to practicing speech activities of different kinds. There are examples of individual tasks provided, equipped with a methodological commentary.

Keywords: business civilization; RFL; Russian language for specializing; Russian entrepreneurship; commerce; logistics; training tasks; visual business materials.