

УДК 372.881.111.1

ОБУЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ ЧЕРЕЗ ОПИСАНИЕ КОРПОРАТИВНЫХ ПРАКТИК КРУПНЫХ КОМПАНИЙ

О.В. Ерохина, А.А. Подлесных, М.А. Уханова

***Аннотация.** Данная работа рассматривает проблему изучения английского языка для управленческих специальностей. Такое направление в вузе предполагает владение практическими навыками и актуальными знаниями в области предпринимательства, чего не могут в необходимом объеме предоставить современные учебники по деловому английскому. Разработанная программа предполагает развитие не только основных языковых навыков, но и в первую очередь критического мышления, способности анализировать информацию в профессиональном поле.*

***Ключевые слова:** критический анализ, повышение мотивации, английский для специальных целей, практическая программа, комплексный подход к обучению английскому языку*

Управленческие специальности требуют практических навыков, а именно умения работать в сложной организационной среде. Обучение этому в университете возможно в первую очередь с точки зрения теории. Поэтому в учебном процессе важно спланировать знакомство студентов с практической работой крупных компаний, с современными практиками управления, инновационными методами создания и поддержания корпоративной культуры и организации рабочего пространства. Программа иностранных языков при этом может не только быть направлена на специальность студентов, но и вносить в обучение практическую составляющую.

Курс английского языка для менеджеров на третьем году обучения в РАНХиГС предполагает занятия по учебнику МакКензи *English for business studies* [1]. Студенты изучают темы, такие как подбор персонала, прохождение собеседования и организация процесса приема на работу, типы менеджмента, способы повышения мотивации сотрудников, изучают типы структуры организаций и важные в современном мире вопросы занятости женщин и представителей разных культур. Эти темы также входят в компетенцию основных профильных дисциплин направления «менеджмент». Для того, чтобы эти темы лучше закрепились у студентов, а также для того, чтобы учащиеся могли понять, как организация бизнес-процессов осуществляется на практике, мы организуем образовательные визиты студентов на предприятия.

Такие образовательные визиты являются частью разработанной нами практической программы. Основной целью практической программы является знакомство с бизнес-процессами и механизмами поддержания корпоративной культуры крупных игроков современного рынка.

Задачи программы состоят в том, чтобы (а) студенты применили полученные знания к изучению кейсов конкретных компаний; (б) студенты познакомились с подходами к организации и ведению крупного бизнеса по открытым источникам; (в) практически познакомиться с бизнес-процессами и корпоративной культурой компании; (г) критически оценить рассмотренные кейсы в форме устной дискуссии и письменного сравнительного анализа; (д) оценить свое возможное будущее трудоустройство, свою роль в компании и ее бизнес-процессах; (е) на большинстве шагов использовать максимум полученных языковых знаний. Для решения этих задач мы разработали практическую программу следующей структуры:

(а) Студентам предлагается опросник, разработанный нами на основе ключевых пройденных тем по менеджменту организации на занятиях по английскому языку. Опросник направлен на то, чтобы сориентировать студентов при знакомстве с конкретными корпоративными кейсами: на следующих шагах программы для каждого кейса студенты должны сформулировать ответы на представленные вопросы. Опросник включает следующие пункты:

– положение сотрудников в компании, организация рабочего дня сотрудников, стратегии стимулирования сотрудников, привлечения новых специалистов (в том числе – зарубежных), представительство и положение женщин в компании;

– устройство офиса, рабочего пространства;

– структура основных бизнес-процессов компании, движение денежных средств, структура компании (с точки зрения соответствия бизнес-процессам),

– стратегии развития, стратегии конкуренции на российском и международном рынках, взаимодействие компании с другими секторами экономики.

(б) Студенты знакомятся с видеозаписями лекций крупных корпоративных менеджеров, идеологов современных направлений бизнеса [2], а также с текстовыми корпоративными материалами из открытого доступа, которые помогут студентам выполнить следующие задания.

(в) Студенты посещают крупную компанию, слушают рассказ представителя компании о бизнес-процессах и корпоративной культуре. На этом шаге студенты уже знакомы с подходами к ведению бизнеса конкурирующих компаний, поэтому они могут критично оценить содержание лекции. Знакомство с опросником позволяет студентам структурировать полученную информацию, чтобы обсудить стратегии компании непосредственно с её представителем, а далее представить свой критический взгляд на круглом столе и в обзоре. Студенты должны сами на основе пунктов опросника сформулировать корректные вопросы представителю компании, чтобы получить интересующую их информацию.

(г) Все студенты, совместно с преподавателями, участвуют в круглом столе, где в форме устной дискуссии студенты должны высказаться об изученных кейсах, сравнить подходы к ведению бизнеса разных компаний, попытаться оценить преимущества и слабые стороны различных бизнес-стратегий, предложить собственный взгляд на дальнейшее развитие бизнеса в представленной индустрии. Также на круглом столе проводится ролевая игра: студенты пытаются представить себя на тех позициях в компании, которые позволят им реализовать свои взгляды на развитие бизнеса. При этом необходимо достичь соглашения с «соседними отделами», которые могут иметь иной взгляд на структуру бизнес-процессов и стратегии развития компании. Такой метод дискуссии позволяет каждому участнику предложить решение поставленной задачи с одной стороны, и представить свою точку зрения в отношении обсуждаемой проблемы с другой стороны [3, с. 124].

(д) Студенты пишут критический обзор (overview), в котором требуется сравнить посещенную организацию с иностранной компанией (на основании изученных открытых материалов). Обзор должен соответствовать следующей структуре:

– общая информация;

– положение компании на российском и международном рынке;

– стратегии дальнейшего расширения бизнеса;

– ожидания и фактические впечатления от знакомства с работой компании (с учётом пунктов опросника и предыдущих пунктов критического обзора).

(е) Работа на всех шагах практической программы велась на английском языке. Студенты получали опросник на английском – на основании ранее пройденных языковых курсов, изучали видеозаписи и корпоративные материалы на английском языке, готовили критический обзор на английском языке; круглый стол также проводился на английском языке. Такая форма позволяет применить ранее полученные языковые знания и знания из области менеджмента к критическому анализу конкретного кейса, стимулировать студентов излагать на изучаемом языке свой взгляд относительно стратегий корпоративного развития, вести переговоры с «другими отделами компании» в рамках ролевой игры [4, с. 52]. Исключением являлась экскурсия в компанию Яндекс, проведённая на русском языке – поскольку основные бизнес-процессы компании ведутся на русском языке. Вме-

сте с тем, при реализации практической программы совместно с российскими офисами международных компаний целесообразно предложить этим компаниям провести экскурсию и обсуждение бизнес-процессов на английском языке.

Эта практическая программа применялась нами в трех языковых группах разного уровня, при этом оказалось, что успешность работы студентов на круглом столе и в ролевой игре не зависит от уровня их языковой группы. Такая форма работы повышает мотивацию студентов [5, с. 138], позволяет им почувствовать себя в роли менеджера, планирующего работу компании, применить полученные языковые знания.

Литература

1. MacKenzie I. English for business studies. Student's book. Cambridge University Press. 2010.
2. Page L. Where's Google going next? // ted.com. 2014. URL: https://www.ted.com/talks/larry_page_where_s_google_going_next#t-416732 (дата обращения: 30.04.2018).
3. Рольгайзер А.А., Демиденко К.А. Использование дискуссионных методик в преподавании иностранного языка в вузе // Общество: Социология, Психология, Педагогика. 2016. №5. С. 123-126.
4. Воякина Е.Ю., Королева Л.Ю. Современные стратегии обучения деловому английскому как иностранному языку для специальных целей в вузе // Проблемы национальных особенностей преподавания иностранных языков и культур: международный сборник научных статей. Тамбов, издательство Першина Р.В., 2014. С.50-57.
5. Аристова Е.В. Приемы повышения мотивации на уроках иностранного языка // Современные технологии обучения иностранным языкам. Ульяновск: УлГТУ, 2016. С. 137-139.

Сведения об авторах

Ерохина О.В., преподаватель Института общественных наук, РАНХиГС при Президенте РФ, e-mail: jarmonchik555@mail.ru; Подлесных А.А., ст. преподаватель Института общественных наук, РАНХиГС при Президенте РФ, e-mail: aapodlesnykh@gmail.com; Уханова М.А., ст. преподаватель Института общественных наук, РАНХиГС при Президенте РФ, e-mail: umhanova@mail.ru

TEACHING ENGLISH THROUGH THE STUDY OF BEST CORPORATE PRACTICES OF MAJOR COMPANIES

O. Erokhina, A. Podlesnykh, M. Ukhanova

Abstract. The present article studies the issue of teaching English for management. Students majoring in this field must demonstrate practical skills as well as relevant knowledge in entrepreneurial sphere, which cannot be fully provided within the course of a Business English textbook. There was developed a comprehensive set of tasks aimed at developing core language skills along with critical thinking and ability to analyze and summarize information within the professional context.

Keywords: critical thinking, boosting motivation, English for Specific Purposes, practical course, mixed-type activities

Data about the authors

Erokhina O., a lecturer at RANEPА, e-mail: jarmonchik555@mail.ru; Podlesnykh A., a senior lecturer at RANEPА, e-mail: aapodlesnykh@gmail.com; Ukhanova M., a senior lecturer at the English Language Department of Social Studies Policy, RANEPА, e-mail: umhanova@mail.ru