

ФОРМИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ ВУЗА В ПРОЦЕССЕ ИНОЯЗЫЧНОЙ ПОДГОТОВКИ

Аннотация. Экономические и социокультурные преобразования в России приводят систему высшего образования к ориентации на мировые глобальные тенденции. Сегодня работодатели как никогда остро чувствуют нехватку современных компетенций у молодых специалистов. Несмотря на сформированность многих навыков профессионального плана, выпускники вузов испытывают огромные трудности в коммуникации с коллегами и руководством той или иной организации в связи с недостаточностью сформированности корпоративной компетенции. На собеседовании при приеме на работу и с самого первого дня трудовой деятельности от молодого специалиста требуется демонстрировать адекватное организации профессиональное речевое поведение. В связи с огромным ростом числа международных организаций, от выпускника вуза требуется владение профессиональной коммуникацией на иностранном языке. Именно поэтому на занятиях по иностранному языку необходимо моделировать ситуации профессионального общения для детальной проработки коммуникативного поведения различных ее участников. Целью данной статьи явилась разработка педагогических условий организации иноязычной подготовки студентов вуза, направленных на формирование корпоративной компетенции для эффективной профессиональной коммуникации. В статье рассмотрена корпоративная компетенция как одна из главных составляющих готовности будущих специалистов к профессиональной коммуникации, приведена актуальность ее формирования, обозначены «мягкие навыки» как ведущие при формировании корпоративной компетенции. Автор обозначил методические подходы, в рамках которых проводилось формирование корпоративной компетенции студентов вуза, а именно: компетентностный, личностно-ориентированный, деятельностный, контекстный, подчеркивая, что именно мультиконцептуальность позволяет преподавателю гибко подстраивать формы и виды работы под потребности той или иной группы, объединяя наиболее современные педагогические технологии и знания из различных наук. В статье представлены этапы работы по формированию, развитию и совершенствованию корпоративной компетенции.

Ключевые слова: корпоративная компетенция, студенты вуза, иноязычная подготовка, педагогические условия формирования корпоративной компетенции, «мягкие навыки».

FORMATION OF CORPORATE COMPETENCE OF UNIVERSITY STUDENTS IN THE PROCESS OF FOREIGN LANGUAGE TRAINING

Abstract. Economic and socio-cultural transformations in Russia are leading the system of higher education to be oriented towards world global trends. Today, employers more than ever acutely feel the lack of modern competencies among young professionals. Despite the formation of many professional skills, university graduates experience great difficulties in communicating with colleagues and the management of an organization due to the lack of corporate competence. At a job interview and from the very first day of employment, a young specialist is required to demonstrate professional speech behavior adequate to the campaign. Due to the huge growth in

the number of international organizations, a university graduate is required to be proficient in professional communication in a foreign language. That is why in a foreign language class it is necessary to simulate situations of professional communication for a detailed study of the communicative behavior of its various participants. The aim of the work is to develop pedagogical conditions for organizing foreign language training of university students, aimed at the formation of corporate competence for effective professional communication. The article considers corporate competence as one of the main components of the readiness of future specialists for professional communication, the relevance of its formation is given, "soft skills" are designated as leading in the formation of corporate competence. The author outlined the methodological approaches within which the formation of the corporate competence of university students was carried out, namely: competence-based, personality-oriented, activity-oriented, contextual, emphasizing that it is multiconceptuality that allows the teacher to flexibly adjust the forms and types of work to the needs of a particular group, combining the most modern pedagogical technologies and knowledge from various sciences. The article presents the stages of work on the formation, development and improvement of corporate competence.

Keywords: *corporate competence, university students, foreign language training, pedagogical conditions for the formation of corporate competence, "soft skills".*

Современный этап развития нашей страны и мира в целом диктует новые вызовы системе образования, которая имеет целью подготовить конкурентно способных специалистов в различных сферах. В образовании, как и во всем обществе, происходят изменения целевого, функционального, ценностного и других компонентов. Поэтому необходимо производить их адекватную идентификацию, научно-педагогическое осмысление и разработку педагогических условий формирования новых компетенций современных специалистов. Сегодня целью высшего образования становится не просто обеспечение выпускника знаниями и навыками в той или иной сфере, но подготовка специалиста способного к профессиональному росту, профессиональной мобильности в условиях развития новых технологий и тотальной информатизации общества.

Одной из особенностей работы в том или ином учреждении является корпоративная культура организации, что требует от сотрудников способность к установлению деловых контактов, к совместной рабочей деятельности, к работе в разных проектных группах. Поэтому одной из современных задач высшего образования становится подготовить специалиста, способного к успешной профессиональной деятельности и коммуникации в процессе достижения корпоративных задач. Следовательно, вопросы, связанные с формированием корпоративной компетенции современных специалистов, являются актуальными на сегодняшний день и стали интересовать все большее количество исследователей (Е. Н. Дмитриева, А. В. Зотов, Н. Н. Локтаева, Е. С. Маршалова, Т. А. Поскребышева, Н. И. Рыжова, Т. А. Сорвина и другие).

Под корпоративной компетенцией мы понимаем готовность и способность специалиста к различным видам и формам коммуникации в сфере профессионального общения. Данный вид коммуникации может происходить как в устной, так и в письменной речи; как лично (оффлайн), так и онлайн; как индивидуально (с коллегой), так и в группе (с коллективом);

как внутри организации, так и между организациями, а также между клиентом и представителем организации; как на родном языке, так и на иностранном.

Основываясь на анализе научных публикаций, рецензий работодателей на производственную практику студентов, опыт найма молодых специалистов и характеристика их работы на испытательном сроке, а также практический опыт аудиторного и внеаудиторного общения со студентами, можно сделать вывод о наличии противоречия в области подготовки выпускников вузов к профессиональной иноязычной коммуникации. С одной стороны, потребность организаций в специалистах, способных и готовых к эффективной продуктивной коммуникации в различных видах, формах и уровнях в профессиональном коллективе; а с другой стороны, повсеместная практика иноязычной подготовки будущих специалистов, при которой основной акцент делается на коммуникацию в общем плане и предметно-специальном, а формирование корпоративной компетенции происходит не системно, фрагментарно. Кроме того, необходимо выделить педагогические условия формирования корпоративной компетенции выпускников вуза для успешной профессиональной коммуникации. Несомненно, формирование корпоративной компетенции в целом формируется в рамках целого блока дисциплин как общегуманитарного, так и специально-профессионального плана. Нам видится такая работа очень актуальной, но она должна быть проведена совместно с преподавателями разных дисциплин. В данной статье мы будем вести речь только о формировании корпоративной компетенции студентов в процессе их иноязычной подготовки.

Вышесказанное позволяет определить цель работы – разработка педагогических условий организации иноязычной подготовки студентов вуза, направленных на формирование корпоративной компетенции для эффективной профессиональной коммуникации. Объектом исследования выступает организация иноязычной подготовки студентов вуза; предметом исследования являются педагогические условия формирования корпоративной компетенции студентов вуза в процессе их иноязычной подготовки.

В нашей работе использован комплекс методов исследования: анализ и обобщение теории и практики лингводидактики, психологии; моделирование процесса обучения иностранному языку студентов вуза, направленное на формирование корпоративной компетенции; тестирование, опрос, беседа с работодателями с целью выявления потребности в формировании корпоративной компетенции и разработки методов и форм работ со студентами, анализ современных учебных пособий по иноязычной подготовке специалистов. В настоящее время данная тема практически разрабатывается на базе Национального исследовательского Нижегородского государственного университета имени Н. И. Лобачевского в рамках курсов «Деловой иностранный язык» при работе со студентами бакалавриата и «Иностранный язык профессионального общения» при работе с магистрантами.

Прежде всего, обозначим подходы, в рамках которых строится наше исследование. Компетентностный подход, лежащий в основе государственных требований к результатам подготовки выпускника вуза, традиционно является приоритетным при исследовании различных проблем иноязычной подготовки в настоящее время. Тем не менее, современные исследования в области лингводидактики позволяют нам вести речь и о мультikonцептуальном подходе в процессе иноязычной подготовки студентов вуза, который позволяет объединить передовые идеи из разных областей научного знания.

Такие исследователи, как: М. Г. Андреева, Л. Н. Анциферова, Б. Г. Гершунский и др. понимают высшее профессиональное образование как сложный процесс, в котором идет не только обеспечение студентов современными профессионально значимыми знаниями, но и происходит развитие и саморазвитие личности студента, формирование опыта его творческой деятельности, становление личностных качеств, присущих профессионалам в той или иной области. Поэтому справедливо утверждать, что личностно ориентированный подход в осуществлении иноязычной профессиональной подготовке играет огромную роль. Следование указанному подходу позволит обеспечить потребность студентов в саморазвитии в сфере иноязычной подготовке и реализовать личностно-развивающий потенциал иноязычной деятельности в целом.

В данной работе мы рассматриваем иноязычную деятельность как средство подготовки студентов к коммуникации в профессиональной сфере. В связи с тем, что содержание обучения иностранному языку отражает профессиональную специфику, происходит интеграция профессиональной и иноязычной подготовки будущих специалистов. Единство профессионального содержания и теоретических и практических аспектов содержания обучения иностранному языку в вузе служат предметно-тематической базой развития иноязычных профессионально-коммуникативных навыков студентов. Различные тексты, отражающие разнообразные профессиональные аспекты, способствуют овладению языковыми средствами, необходимыми для профессиональной коммуникации. Следовательно, деятельностный подход тоже играет большую роль при организации иноязычной подготовке, следование которому обеспечивает формирование функциональной грамотности студентов.

Для интеграции различных практик в процессе иноязычной профессиональной подготовки мы применяем контекстный подход, позволяющий обеспечить методологию организации иноязычной деятельности. Таким образом происходит одновременное и обучение иностранному языку, и обучение профессиональным навыкам, и развитие личностных качеств, необходимых в профессиональной деятельности.

Следует отметить, что указанные подходы реализуются в единстве в процессе профессиональной иноязычной подготовке, но, в зависимости от

конкретных задач того или иного занятия возможны приоритеты того или иного подхода.

Одной из главных претензий работодателей молодым специалистам является оторванность полученных теоретических и практических знаний от практики. Это проявляется в неспособности использования знаний в решении задач, неумение общаться с коллективом, неполное представление о нормах общения и поведения в бизнес-среде, психологическая неподготовленность [1]. Именно поэтому необходимо максимально больше создавать педагогических условий, имитирующих стажировку на том или ином предприятии и развивать компетенции, актуальные на сегодняшний день.

Одной из самых актуальных компетенций в профессиональном плане является корпоративная компетенция. Проведенное нами исследование позволило нам уточнить содержание корпоративной компетенции. Е.Н. Дмитриева и Т.А. Поскребышева называют корпоративную компетенцию «важнейшей составляющей готовности к профессиональной коммуникации» [2, с. 177]. Мы поддерживаем мнение исследователей, что корпоративная компетенция включает навыки выстраивания межличностных взаимоотношений, так называемые *soft skills* («мягкие навыки»). Термин «мягкие навыки» чаще всего употребляется в деловом контексте относительно характеристик личности специалиста, способных повысить эффективность и продуктивность его взаимодействия в профессиональной деятельности. Н.Н. Локтаева в состав «мягких навыков» включает «коммуникативные навыки, навыки социального взаимодействия и некоторые внутренние характеристики личности. Они охватывают широкий спектр навыков, компетенций, поведенческих моделей, ценностных установок, а также личностных качеств, позволяющих субъекту эффективно ориентироваться в окружающей среде и взаимодействовать с ней, успешно сотрудничать с другими членами общества, продуктивно работать и достигать поставленных целей» [3, с. 29]. Тем не менее следует учитывать тот факт, что данные навыки могут иметь свойственный той или иной организации набор ценностей, деятельностных представлений, целевых установок, составляющие уникальность компании и они могут меняться внутри одной компании ввиду ее развития.

Закончив вуз, молодые специалисты могут испытывать сильные затруднения или даже невозможность демонстрации всех своих профессиональных навыков в связи с отсутствием именно «мягких навыков». Поэтому очень важно сочетать профессиональные, иноязычные и «мягкие» навыки в процессе подготовки к профессиональной иноязычной коммуникации [4].

Исследуя проблемы корпоративной компетенции в условиях современного рынка труда, А.В. Зотов пришел к выводу, что в постиндустриальном обществе есть заказ на работника, от которого «корпорация требует обладать ассоциативностью, т.е. способностью к групповой ассоциации и кооперации» [5]. Для этого от сотрудника требуется

не только высокие профессиональные навыки, но и наличие корпоративных качеств, а именно: умение работать в команде, готовность нести ответственность за самостоятельно принимаемые решения, коммуникативность, инициативность, способность к творчеству и инновациям.

Отметим, что наиболее ярко указанные навыки и качества находят свое выражение именно в речевой деятельности. Отсюда очевидна ценность обращения к ним на занятиях по иностранному языку.

Основываясь на традиционных методических знаниях в преподавании языков и культур, нами было пересмотрено и обновлено содержание обучения иностранному языку в рамках указанных выше курсов с целью добавления компонентов, способствующих формированию корпоративной компетенции студентов вузов. Был осуществлен подбор материалов по теме (тексты для чтения и аудирования), разработаны задания к ним, выполняемые устно и письменно, индивидуально и в группе. Данный вид работы знаком студентам и не вызывал особых трудностей. Целью данной работы было познакомить студентов с языковыми средствами в области профессиональной коммуникации, сформировать устойчивый интерес к изучаемой тематике. Кроме того, осуществлялась работа по освоению продуктивных и рецептивных иноязычных навыков в сфере профессиональной коммуникации, приобретению практического опыта коммуникации на иностранном языке в ситуациях профессионального общения. Использование современных форм и технологий активного обучения способствовало созданию необходимых педагогических условий для мотивирования к достижению высокого уровня корпоративной компетенции и формирования «мягких навыков». Также в процессе дискуссий различных вопросов, которые могут встречаться в профессиональной практике, студенты осуществляли самоанализ в условиях профессиональной коммуникации, выявляли имеющиеся у себя личностные качества, соотносили их с требуемыми в данном контексте и апробировали способы саморегуляции, навыки «подстройки» под идеальную требуемую модель поведения в той или иной ситуации профессионального общения.

На заключительном этапе происходило совершенствование профессионально-коммуникативных навыков, а также навыков проектной и исследовательской деятельности в профессиональной сфере. Студенты готовили практико-ориентированные проекты, решали профессиональные кейсы, участвовали в деловых играх, готовили презентации, участвовали в бизнес-тренингах. Причем во всех заданиях обучающиеся должны были ориентироваться на решение задач конкретной корпоративной среды, демонстрировать групповые варианты профессионального взаимодействия, выявлять процент личной ответственности в принятии коллективных решений. Максимальное приближение ситуаций общения на занятиях к реальным ситуациям профессионального общения, а также постоянная смена ролей (руководитель / подчиненный / соискатель должности / начальник отдела кадров / и прочее) позволяет расширять профессиональный лексикон,

развивать спонтанную речь, гибко применяя различные речевые навыки, что и приводит к формированию «мягких навыков». В конце каждого задания проводился анализ успехов и неудач студентов с целью выявления сфер, требующих осмысления и принятия студентами, с одной стороны, а с другой стороны это помогало преподавателю осуществлять эффективный подбор материалов для детальной дальнейшей проработки в соответствии с индивидуальными особенностями студентов той или иной группы. Данные педагогические условия в полной мере способствовали формированию корпоративной компетенции на занятиях по иностранному языку.

Моделирование реальной коммуникации в профессиональной сфере призвано включить студентов в процесс реальной профессиональной деятельности в аудиторное время, в комфортном и привычном для них режиме с возможностью получения практического опыта и обратной связи от других участников образовательного процесса.

Таким образом, проведенная работа обозначила значение формирования корпоративной компетенции в процессе иноязычной подготовки студентов, определила подходы, в рамках которых возможно осуществление такой работы, выявила педагогические условия формирования корпоративной компетенции студентов вуза, обновив содержание обучения иностранному языку современными методами и технологиями, максимально приблизив аудиторные занятия к реальным условиям профессиональной деятельности. По нашему мнению, интеграционные процессы на рынке труда будут только усиливаться, что незамедлительно приведет к повышению требований к различным профессиональным компетенциям специалистов, способных к быстрой адаптации к новым правилам рынка и способных эффективно достигать максимальных результатов, поэтому вопросы, связанные с подготовкой специалистов, будут обретать новые пути решения путем формирования новых компетенций.

Список использованной литературы

1. *Маршалова Е. С., Рыжова Н. И.* Тенденции профессиональной подготовки специалиста в области корпоративных маркетинговых коммуникаций с учетом конъюнктуры рынка труда и взаимодействия с работодателями // Преподаватель XXI век. 2019. № 2-1. С. 34-46.
2. *Дмитриева Е. Н., Поскребышева Т. А.* Возможности иноязычной деятельности в аспекте подготовки магистров к успешной профессиональной коммуникации // Язык и культура. 2022. №58. С. 170-187 doi: 10.17223/19996195/58/10
3. *Локтаева Н.Н.* Понятие «мягкие навыки» как педагогическая категория: сущность и содержание // Инновационные проекты и программы в образовании № 4, 2019. С. 28-35.
4. *Rebele J. E., Pierre E. K.* A commentary on learning objectives for accounting education programs: The importance of soft skills and technical knowledge // Journal of Accounting Education. 2019. Vol. 48. P. 71–79. doi: 10.1016/j.jaccedu.2019.07.002
5. *Зотов А. В.* Формирование корпоративной компетентности студентов технического вуза в условиях профессиональной подготовки // Современные проблемы науки и образования. 2019. № 3. URL:<https://science-education.ru/ru/article/view?id=28823>