

ИССЛЕДОВАНИЕ ИНТЕРЕСА К ДОПОЛНИТЕЛЬНОМУ ИЗУЧЕНИЮ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ БАКАЛАВРАМИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАПРАВЛЕНИЙ*



Бондаренко Виктория Андреевна,

доктор экономических наук, зав. кафедрой Маркетинга и рекламы, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ); 344002, г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69
b14v@yandex.ru



Писарева Екатерина Владимировна,

кандидат экономических наук, доцент кафедры Маркетинга и рекламы, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ); 344002, г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69
ekaterina838@yandex.ru



Казначеева Светлана Николаевна,

кандидат педагогических наук, доцент кафедры инновационных технологий менеджмента, Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина (Мининский университет); 603950, г. Нижний Новгород, ул. Ульянова, д. 1
cnkznacheeva@gmail.com

Цель. Оценка существующей мотивации к изучению иностранных языков студентами экономических направлений и целесообразности предложения им соответствующих образовательных услуг.

Задачи:

- опрос бакалавров, обучающихся на втором, третьем и четвертом курсах для уточнения их заинтересованности и мотивации к изучению иностранных языков;
- выявление заинтересованности в получении углубленных знаний по иностранным языкам на возмездной основе; уточнение размера расходов, которые слушатели готовы тратить на языковую подготовку;
- определение целесообразности предложения магистерских программ по экономическим направлениям на иностранных языках.

Методы: анализ и синтез, маркетинговое исследование в виде анкетного опроса.

Результаты. Исследована мотивация бакалавров (маркетологов и рекламистов) к изучению иностранного языка, а также уточнена готовность дополнительных расходов на получение языковой подготовке.

Выводы. При росте мотивированности обучающихся на основании правильного коммуникационного взаимодействия с ними и коррекции предложения им образовательных услуг, работа центра языковой подготовки на базе вуза будет успешной, равно как и предложение магистерских программ на иностранном языке будет оправданным.

Ключевые слова: мотивация; исследование; опрос; иностранные языки; языковой центр.

В настоящее время трудно переоценить значимость языковой подготовки для обучения за рубежом, будущей успешной карьеры и межличностного общения в социуме. Углубленное изучение ряда специализированных предметов, обмен опытом, общение с коллегами в рамках профессиональных сообществ в современ-

ном мире могут успешно реализовываться индивидом в случае достаточно высокого уровня языковой подготовки. В этом аспекте целесообразно говорить не столько о специализированном лингвистическом образовании, сколько о приобретении компетенций общения на иностранных языках «плюс» к основной про-

фессии. В подтверждение интереса к углублению языковых навыков можно привести пример широкого открытия в больших городах разнообразных центров языковой подготовки, ориентированных на различные целевые аудитории и дифференцированную декларируемую степень овладения предметом.

* Авторы выражают благодарность к.э.н., доценту кафедры Маркетинга и рекламы РГЭУ (РИНХ) О.Н. Миргородской за помощь в проведении исследования.