

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.9.82>

Минайченкова Екатерина Игоревна, Флёров Олег Владиславович

**СОДЕРЖАТЕЛЬНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА КОРПОРАТИВНОГО ОБУЧЕНИЯ
ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ**

В статье рассматривается корпоративное обучение иностранному языку как сравнительно новый вид профессионального образования в российском социальном пространстве. Специфика исследуемого педагогического процесса обусловлена особенностями контингента обучающихся и совмещением ими учебной деятельности и деловой жизни. Показаны механизмы влияния профессиональной корпоративной среды на методические аспекты преподавания языка. Приводятся примеры педагогических ситуаций, возникающих в этом процессе. Делается вывод о необходимости системы подготовки кадров для корпоративного обучения иностранному языку.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2019/9/82.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2019. Том 12. Выпуск 9. С. 405-409. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2019/9/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

Список источников

1. Азимов Э. Г., Щукин А. Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). М.: ИКАР, 2009. 448 с.
2. Ананьев Б. Г. Избранные психологические труды: в 2-х т. М.: Педагогика, 1980. Т. 2. 256 с.
3. Вохмина Л. Л. Хочешь говорить – говори: 300 упражнений по обучению устной речи. М.: Рус. яз., 176 с.
4. Гальскова Н. Д., Гез Н. И. Теория обучения иностранным языкам. Лингводидактика и методика: учеб. пособие для студ. лингв. ун-тов и фак. ин. яз. высш. пед. учеб. заведений. М.: Изд. центр «Академия», 2006. 336 с.
5. Елухина Н. В. Роль дискурса в межкультурной коммуникации и методика формирования дискурсивной компетенции // Иностранные языки в школе. 2002. № 3. С. 9-13.
6. Махмутова А. С. Использование Case-study как эффективного метода в подготовке высококвалифицированного специалиста // Аспекты и тенденции педагогической науки: материалы I Международной научной конференции (г. Санкт-Петербург, 20-23 декабря 2016 г.). СПб.: Свое изд-во, 2016. С. 186-188.
7. **Федеральный государственный образовательный стандарт среднего общего образования** [Электронный ресурс]. URL: https://fgos.ru/LMS/wm/wm_fgos.php?id=sred (дата обращения: 25.06.2019).
8. Шаповаленко И. В. Возрастная психология (психология развития и возрастная психология). М.: Гардарики, 2005. 349 с.
9. Шатилов С. Ф. Методика обучения немецкому языку в средней школе: учеб. пособие для студентов пед. ин-тов по спец. № 2103 «Иностр. яз.». Изд-е 2-е, дораб. М.: Просвещение, 1986. 223 с.
10. Щукин А. Н., Фролова Г. М. Методика преподавания иностранных языков: учебник для студ. учреждений высш. образования. М.: Изд. центр «Академия», 2015. 288 с.

**ETHNO-CULTURAL MODULE AS A UNIT OF EDUCATION CONTENT
WHEN FORMING SENIOR PUPILS' FOREIGN-LANGUAGE ETHNO-CULTURAL COMPETENCE**

Volkanova Elizaveta Viktorovna
Herzen State Pedagogical University of Russia, St. Petersburg
liza_volkanova@mail.ru

The article considers the ethno-cultural module as a unit of education content when forming foreign-language ethno-cultural competence, the ability to introduce the cultural peculiarities of the native country in crosscultural communication. The author proposes a block-modular structure of ethno-cultural material. Special attention is paid to modern interactive methods and Web 2.0 technologies, which allow organizing learners' autonomous work (ethno-web-quest, Glogster, ethno-cultural case, ethno-frame, video journal).

Key words and phrases: ethno-cultural module; foreign-language ethno-cultural competence; ethno-cultureme; ethno-web-quest; Glogster; ethno-cultural case; ethno-frame; ethno-cultural sharing.

УДК 372.881.1

Дата поступления рукописи: 09.07.2019

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.9.82>

В статье рассматривается корпоративное обучение иностранному языку как сравнительно новый вид профессионального образования в российском социальном пространстве. Специфика исследуемого педагогического процесса обусловлена особенностями контингента обучающихся и совмещением ими учебной деятельности и деловой жизни. Показаны механизмы влияния профессиональной корпоративной среды на методические аспекты преподавания языка. Приводятся примеры педагогических ситуаций, возникающих в этом процессе. Делается вывод о необходимости системы подготовки кадров для корпоративного обучения иностранному языку.

Ключевые слова и фразы: дополнительное профессиональное образование; корпоративная среда; корпоративное обучение; специфика обучения; обучение взрослых; деловой язык.

Минайченкова Екатерина Игоревна, к. пед. н.
Флёров Олег Владиславович, к. пед. н., доцент
Московский университет имени С. Ю. Витте
eminaychenkova@miiv.ru; olegflyoroff@yandex.ru

**СОДЕРЖАТЕЛЬНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА
КОРПОРАТИВНОГО ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ**

Идеи непрерывного образования и развития личности, обозначившиеся едва ли не на заре педагогической мысли и получившие институциональное оформление в XX веке [9, с. 38], приобрели особую актуальность в веке нынешнем, когда технологии даже пяти-/десятилетней давности являются устаревшими, а те, что были инновационными двадцать лет назад, – уже мало знакомы молодому поколению.

Так, **актуальность** настоящей работы заключается в возрастающем теоретическом интересе и практической потребности реализации новых видов образования взрослых с учётом современных педагогических идей

о непрерывности образовательной траектории человека в социальном и профессиональном пространстве эпохи перемен и технологий.

Действительно, смена технологий происходит на фоне широкого ряда социальных, экономических, политических и других трансформаций современного общества, что влияет на востребованность каждого конкретного человека как профессионала в нём с учётом социально-экономической сущности профессии как явления.

Цель работы состоит в проведении содержательного анализа корпоративного обучения иностранным языкам как особого педагогического процесса.

В качестве **задач** исследования данная работа преследует следующие:

1) обозначить место корпоративного обучения иностранному языку в междисциплинарном социогуманитарном проблемном поле; 2) выявить ключевые сущностные характеристики, принципиально отличающие корпоративное обучение от других видов образования взрослых; 3) рассмотреть особенности взаимодействия педагога и взрослых, обучающихся в корпоративной среде, вызванные психолого-педагогическими и социальными факторами; 4) рассмотреть методические особенности преподавания иностранного языка в корпоративной сфере.

Научная новизна работы заключается в анализе сравнительно нового и относительно редко отражаемого в научном дискурсе вида образования с переплетением лингво-методических, психолого-педагогических и социальных аспектов последнего, детерминирующих его специфику и содержательную сторону.

Практическая значимость исследования состоит в том, что представленное в нём описание педагогических ситуаций, с которыми сталкивается большинство начинающих преподавателей-практиков в исследуемой сфере, может помочь последним как с методической точки зрения (в плане подготовки к занятиям), так и в психологическом аспекте в контексте адаптации к обучению внутри компании.

Широко известно, что необходимость «успевать» за технологиями и постоянно поддерживать уровень своей востребованности в высоко конкурентной среде, которую представляет собой современное профессиональное пространство, диктует развитие дополнительного профессионального образования как одного из центральных звеньев траектории непрерывного образования личности. Следует также отметить, что из возрастной психологии, психологии развития и акмеологии широко известно, что именно общественный вектор является основным в самореализации взрослого человека, с учётом же современных экономических отношений понятия «общественная самореализация» и «профессиональная самореализация» в подавляющем большинстве случаев сливаются.

Объективные реалии обуславливают и новые методологические подходы к исследованию обозначенных процессов. Так, в последнее время наблюдается всё большее пересечение проблемных полей таких наук, как экономика и педагогика: это привело к развитию популярных ныне междисциплинарных областей знания «экономика образования» и «образовательный менеджмент». Более того, наблюдается широкое заимствование педагогических идей и методологии в такой области, как «управление персоналом», которую и вовсе принято сегодня относить к сугубо экономическим.

Одним из центральных педагогико-обусловленных объектов изучения всех перечисленных выше областей является корпоративное обучение как важное условие развития компании. Сегодня этот вид образования взрослых набирает популярность и является, возможно, наиболее диверсифицированным, поскольку его содержание определяется не только направлением, профилем, отраслью и пр. подготовки кадров, но и потребностью каждой конкретной компании. Одним из наиболее популярных и активно развивающихся его видов является корпоративное обучение иностранному языку, поскольку оно практикуется в международных компаниях независимо от профиля их деятельности.

Тема корпоративного обучения достаточно часто освещается в научных публикациях. Анализ изданий на платформе *e-library* за последние 5 лет показал, что наиболее часто рассматриваемыми аспектами данного процесса являются его общие сущностно-содержательные характеристики (Д. А. Гарагашева, Е. Д. Денисова, Н. В. Серкова, А. С. Шимкович и др.) [4, с. 7; 5; 12]; управление процессом обучения и развития компании на его основе (Я. Р. Бабанина, Е. А. Выходцева, С. А. Окулов, О. В. Питерина, А. В. Чунаев, А. Н. Шиков, К. А. Шишанова и др.) [1; 3; 10; 14]; вопросы мотивации персонала (Д. С. Захарова, Н. А. Мельникова, М. В. Сальникова, М. В. Толстова и др.) [7; 11; 13]. При этом достаточно редко такое обучение рассматривается с собственно методических позиций в проблемном поле преподавания той или иной дисциплины. Вероятнее всего, этот крен в сторону экономико-управленческой парадигмы объясняется тем, что оно анализируется в основном исследователями-экономистами. В настоящей статье мы рассмотрим ряд особенностей корпоративного обучения иностранному языку (далее – КОИЯ) с сугубо дидактических и психолого-педагогических позиций.

По нашему мнению, такая методологическая потребность реально существует, поскольку корпоративное обучение (иногда также называемое «внутрифирменное» – калька с английского *in-company, in-office learning*) – особенный с точки зрения педагогической классификации вид образования. Очевидно, оно является институциональным, но при этом носит ряд ярко выраженных черт неформального образования: 1) отсутствие единых стандартов; 2) индивидуальная для каждой компании методология формирования учебных программ; 3) отсутствие документа об образовании единого установленного образца как официального результата обучения; 4) отсутствие аттестации, производимой специально создаваемой комиссией, и пр. В научных исследованиях последних десятилетий, в том числе в диссертационных, некоторые авторы относят данный вид обучения к дополнительному профессиональному образованию (О. А. Берёзкина, В. А. Зарыгин, Е. С. Малахов и др.) [2; 6; 8].

Под содержательно-методической спецификой КОИЯ мы в данной работе понимаем совокупность таких его черт, которые принципиально отличают его от широкого спектра других видов профессионального образования, в частности от образования высшего. Так, методом исследования выступает педагогический анализ с элементами абстрагирования, а эмпирической базой служит собственный опыт работы в корпоративной сфере.

Необходимо в начале оговориться, что общетеоретические основания КОИЯ не отличаются от основ обучения языку в целом на современном этапе. К ним относятся коммуникативная и интерактивная парадигма, практическая ориентированность обучения, социокультурная обусловленность и другие современные векторы лингводидактики, которые едва ли требуют обоснования на пороге 2020-х годов. Это определяет общее сходство большинства методов, форм и средств КОИЯ с теми, что применяются в других образовательных системах.

Мы полагаем, что основные факторы, определяющие специфику КОИЯ (а именно собственно методические и психолого-педагогические), тесным образом взаимосвязаны. Первая группа факторов определяется в основном спецификой языка как учебного предмета и языкового знания в целом, вторая – возрастными и социальными особенностями контингента КОИЯ. В целом контингент КОИЯ можно охарактеризовать как социально и профессионально успешных, занятых, экономически активных людей, имеющих солидный академический профиль, при этом стремящихся к саморазвитию. С учётом того, что к КОИЯ редко привлекается персонал низшего звена, средний возраст данного контингента существенно выше студенческого.

В крупных компаниях современные ритмы делового мира, в которых непосредственно проходит КОИЯ, часто делают затруднительным его организацию в течение рабочего дня. В таком случае для занятий выбирается время либо непосредственно до начала работы (07:00 – 9:00), либо сразу после (18:00 – 20:00) рабочего дня. Не самые удобные с психофизиологической точки зрения часы требуют определённых мотивационно-волевых усилий, по причине чего максимально эффективное использование времени и содержательная насыщенность занятия – основная особенность данного вида обучения. Если при работе со студентами небольшие «лирические отступления» могут в определённых ситуациях быть полезны с коммуникативной точки зрения, то для деловых людей любое ощущение, что время расходуется нерационально, вызывает отрицательные эмоции. Здесь следует отметить, что особенность образования как услуги в том, что её результат не виден сразу. Повышение уровня владения языком даже после высококлассного занятия заметно не будет, поэтому такой мгновенный критерий качества, как когнитивное напряжение, сопровождающееся познавательным интересом и удовольствием, вполне имеет место быть. Разумеется, этого можно достичь только при содержательной насыщенности занятия. Такая особенность, с одной стороны, влияет на качество обучения, но всё же детерминирует образовательный процесс в основном количественной точки зрения.

Существенная качественная специфическая особенность КОИЯ заключается в том, что для него нормальной является ситуация, при которой обучающийся разбирается в обсуждаемой на иностранном языке тематике лучше преподавателя. С одной стороны, в этом содержится огромный потенциал для применения дискурсивных форм обучения, с которыми часто бывают затруднения при работе в университете, когда ввиду отсутствия профессионального опыта студенты просто не могут развернуто рассуждать на ту или иную тему, пусть даже языковые компетенции позволяют это делать. Если же, наоборот, содержание в сознании обучающегося явно богаче, чем форма, – это колоссальный стимул доводить форму, то есть сам язык, до должного уровня. Очевидно также, что при таких условиях преподаватель сможет успешно проводить занятия только при условиях, если он будет принимать коммуникативную позицию «желающего разобраться дилетанта», схожую с позицией журналиста, общающегося с экспертами. Одна из самых частых ошибок преподавателей в КОИЯ заключается в том, что они по привычке (подобно общению с молодёжной или детской аудиторией) сами пытаются принимать роль экспертов. Так, в КОИЯ педагог и обучающийся имеют одинаковый профессиональный авторитет, что с общепедагогических позиций служит, возможно, самым ярким воплощением субъектно-субъектной парадигмы обучения, распространённой в современном мире.

Ещё одной особенностью КОИЯ является более узкая специализация по сравнению с другими видами профессионального образования. Если в университетской системе в языковом и речевом материале находит отражение специфика направления подготовки или в самом лучшем случае – профиля, то в КОИЯ при обучении должна учитываться специфика вплоть до должности, а также содержание работы конкретного отдела или другой структуры компании, в которой работают сотрудники. Так, в аспекте формирования содержания обучения к социальному заказу приплюсовывается индивидуальный заказ фирмы. Например, по сравнению с традиционными университетскими темами делового курса, *business letters*, *job interview* или *negotiations* в данном учебном процессе темы будут выглядеть как *logistics letters*, *job interview in IT* или *negotiations in retail*. Специфика должности может отражаться, например, в теме *director's communication style* вместо традиционной *business communication*, *business etiquette*, etc.

Разумеется, обозначенные выше особенности диктуют необходимость нового взгляда на вопросы содержания, методов, форм и пр. обучения в КОИЯ по сравнению, например, с университетским образованием.

В КОИЯ значительно расширяется спектр применяемых аутентичных материалов. Ценность последних сегодня признаётся аксиоматичной, поскольку такие материалы написаны носителями «реальным» языком, а аутентичные материалы неучебного характера (газеты, журналы, фильмы и пр.) и вовсе ставят изучающего язык на один уровень с обычными иностранцами, для которых они были созданы. В иных видах образования в основном используются две категории подобных материалов: зарубежный УМК и газетная (журнальная) статья, получаемая в последнее время почти всегда из сети Интернет. Однако, несмотря на большой выбор УМК

и газет, актуальный узкоспециализированный материал для сотрудников конкретной должности, конкретного отдела или сферы деятельности подбирать регулярно только из УМК и газет затруднительно.

Известно, что новый язык представляет собой инструментальное знание. Действительно, он не даёт нового знания о мире, но служит инструментом для преобразования информации в знание, ввиду чего он когнитивно связан абсолютно со всеми его областями, потому что без языка не может быть знания. Исходя из этого соображения, пользу могут приносить аутентичные материалы, содержательная и когнитивно-рефлексивная ценность которых сама по себе существенно ниже, чем у учебников и статей, но которые имеют самое прямое отношение к сфере деятельности компании. К ним относятся интернет-сводки, обзоры, релизы, статистика, материалы сайтов компаний-коллег из-за рубежа, сравнение собственной деятельности с которыми является достаточно эффективным приёмом в обучении. В качестве примера ресурсов, регулярно представляющих подобные сжатые материалы с ярко выраженной бизнес-ориентированностью, авторы могут порекомендовать, к примеру, *www.prnewswire.com* и *www.businesswire.com*.

Высокий уровень профессиональной компетентности обучающихся имеет в данном случае компенсирующую функцию: например, краткий статистический обзор бизнеса у специалистов может вызвать более интересную дискуссию, чем глубокая по смыслу статья общесоциальной тематики. В целом предметность как свойство коммуникации высоко ценится в деловом мире, в то время как обучение студентов в университете имеет в том числе задачи формировать способность к общей рефлексии социальных реалий при помощи иноязычных средств.

Так, краткость и ёмкость материалов является методической ценностью для КОИЯ. В отличие от студентов, для которых удельный вес самостоятельной работы в учебных планах весьма велик, у деловых людей в основном объективно нет свободного времени, достаточного для регулярного чтения больших текстов, а также возможности читать по дороге, поскольку в большинстве своём они водят автомобиль.

Так, гораздо эффективнее отработать несколько небольших материалов, чем один объёмный. Именно поэтому часто тексты, подбираемые преподавателем, подвергаются методически обоснованному сокращению. Всё описанное выше возможно только при грамотной интеграции УМК и дополнительных материалов. Сегодня в рамках КОИЯ некоторые компании и вовсе отказываются от УМК, как правило, в этом случае в качестве преподавателя выбирается носитель языка. Объяснить это можно тем, что, возможно, для отечественной школы преподавание языка в полностью свободном стиле несколько чуждо, и без программы как основы процесса отечественные педагоги чувствуют себя не совсем комфортно. Компромиссным в данном случае вариантом выступает аутентичный УМК. Например, в московских компаниях достаточно часто используются УМК *Business Start-up*, *Business Advantage (Cambridge)*, *In-Company (Macmillan)*, *Language Leader (Pearson)* и др. Организационно-методический способ решения данного вопроса – чередование занятий по УМК с занятиями с применением недидактических аутентичных материалов.

Ещё одна специфическая черта КОИЯ заключается в том, что по причине частых командировок и международных контактов многие обучающиеся говорят на иностранном языке едва ли не свободно уже перед началом курса. Вопрос о том, как, зачем и чему учить на иностранном языке людей, которые говорят на нём не хуже самого преподавателя, является весьма сложным.

Здесь важно отметить, что, в отличие от других видов образования, которые нацелены на развитие тех или иных компетенций, задачей КОИЯ может выступать поддержание разговорных навыков на должном уровне за счёт обеспечения стабильной языковой практики. Здесь важно упомянуть другую важную черту языкового знания – его неисчерпаемость. Даже если человек говорит на уровне *proficiency*, то есть по сути приравнивается к носителю, оттачивать языковое мастерство можно бесконечно; причём это может давать не только эстетические, но и практические результаты, в данном случае уже можно вести речь не столько об обучении языку, сколько об обучении коммуникативным стратегиям на языке, психологическим и другим экстралингвистическим аспектам эффективной иноязычной коммуникации.

Так, мы видим, что специфика социальной среды КОИЯ, под которой следует понимать совокупность социальных, возрастных, психолого-педагогических особенностей контингента обучающихся, а также объективных внутрифирменных условий, протекания их учебной деятельности, напрямую влияет на методические особенности преподавания языка в ней. При этом помимо качественного применения стандартного методического арсенала, источником качества обучения может стать специфика языкового и иноязычного знания с учётом понимания особенностей информационного обмена деловых людей.

Проведенное исследование позволяет сделать ряд следующих **выводов**.

1. Корпоративное обучение представляет собой весьма специфический педагогический процесс, имеющий черты как формального, так и неформального образования, при этом КОИЯ является высоко вариативным видом обучения, поскольку язык – средство достижения корпоративных задач, которые у каждой компании (у каждого отдела или у каждой должности) свои.

2. Основными детерминантами рассматриваемого учебного процесса, которые определяют его с психолого-педагогической точки зрения, выступают социальная зрелость, социальная активность и высокий уровень профессиональной компетентности обучающихся, в результате чего педагогический процесс носит ярко выраженный субъектно-субъектный характер.

3. Основными методическими детерминантами КОИЯ выступают его профессиональная специализация, предметно-ориентированность и интенсификация.

4. Методические особенности КОИЯ являются результатом модификации имеющегося в методике обучения иностранным языкам дидактического арсенала с целью адаптации образовательного процесса

к пространственно-временным условиям деловой среды. Это находит отражение, во-первых, в организационно-методической плоскости: привлечение носителей языка для чередования с русскоязычным преподавателем, организация разговорных тренинговых занятий без УМК и пр. Во-вторых, содержательным результатом подобной адаптации является количественное уменьшение среднего объёма изучаемых материалов в угоду увеличению их числа и диверсификации с качественным повышением их ёмкости, специализированности, дискурсивности и предметности с учётом возрастной и социальной специфики взрослых профессионально успешных обучающихся.

5. Приходится констатировать также, что на данный момент по причине отсутствия КОИЯ в программах подготовки педагогов-лингвистов учёт данной специфики зависит от индивидуальной педагогической рефлексии каждого конкретного преподавателя, а педагогический успех в специфичной среде – от креативности, методической гибкости и иногда от интуиции.

Исходя из данных соображений, мы полагаем, что одним из наиболее перспективных векторов исследования затронутой в статье проблематики является подготовка и (или) переподготовка кадров для педагогической деятельности в данной сфере, например, путём реализации магистерских программ по направлению «Лингвистика» с профилем подготовки «Корпоративное обучение иностранному языку», которая могла бы быть достаточно востребованной с учётом активного развития корпоративного образования.

Список источников

1. **Бабанина Я. Р.** Системный подход к реализации корпоративного обучения и модель самоподдерживающейся системы обучения менеджеров // Социально-гуманитарные знания. 2014. № 5. С. 341-346.
2. **Берёзкина О. А.** Развитие корпоративного обучения в системе российского дополнительного профессионального образования: организационно-функциональные и институциональные аспекты: дисс. ... к.э.н. М., 2007. 137 с.
3. **Выходцева Е. А., Питерина О. В.** Проектно-ориентированное управление корпоративным обучением и развитием человеческих ресурсов // Актуальные проблемы управления: сб. науч. ст. М.: Государственный университет управления, 2015. С. 34-36.
4. **Гарагашева Д. А.** Обучение управленческих кадров в корпоративном формате // Вестник Восточно-Сибирской открытой академии. 2014. Т. 12. № 12.
5. **Денисова Е. Д.** Дополнительное корпоративное образование: обучение по требованию или непрерывный процесс образования? // Тенденции развития образования: педагог, образовательная организация, общество: материалы Всероссийской научно-практической конференции. Чебоксары: Среда, 2018. С. 331-334.
6. **Зарыгин В. А.** Формирование профессиональной компетентности специалиста в системе корпоративного обучения: дисс. ... к. пед. н. М., 2011. 231 с.
7. **Захарова Д. С.** Поддержание потребности в обучении персонала в системе корпоративного обучения в организации // Экономика, бизнес, инновации: сборник статей VIII Международной научно-практической конференции. Пенза, 2019. С. 39-43.
8. **Малахов Е. С.** Развитие корпоративного обучения в системе услуг дополнительного профессионального образования: дисс. ... к.э.н. М., 2010. 155 с.
9. **Мухина Т. Г., Копосов Е. В., Бородачёв В. В.** История и перспективы развития отечественной системы дополнительного профессионального образования в условиях высшей школы: монография. Н. Новгород: ННГАСУ, 2013. 289 с.
10. **Окулов С. А., Чунаев А. В., Шиков А. Н.** Формирование системы управления корпоративным обучением средствами информационных технологий // Успехи современной науки. 2017. Т. 1. № 5. С. 170-174.
11. **Сальникова М. В.** Корпоративное обучение иностранному языку в ИТ-компании. Особенности мотивации // Наука вчера, сегодня, завтра. 2017. № 8. С. 49-53.
12. **Серкова Н. В., Шимкович А. С.** Корпоративное обучение как составляющая программы лояльности персонала к организации // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. 2014. № 25. С. 65-69.
13. **Толстова М. В., Мельникова Н. А.** Корпоративное обучение как способ мотивации персонала // Инновационные технологии управления: сб. статей по материалам III Всероссийской научно-практической конференции. Н. Новгород: Издательство НГПУ, 2016. С. 168-170.
14. **Шишанова К. А.** Управление корпоративным обучением с учетом особенностей этапов его эволюции: сборник статей Международной научно-практической конференции // Актуальные вопросы развития науки: сборник статей Международной научно-практической конференции. Уфа: Башкирский государственный университет, 2014. С. 236-239.

MEANINGFUL AND METHODOLOGICAL PECULIARITIES OF CORPORATE FOREIGN LANGUAGE TEACHING

Minaichenkova Ekaterina Igorevna, Ph. D. in Pedagogy
Flerov Oleg Vladislavovich, Ph. D. in Pedagogy, Associate Professor
 Moscow Witte University
 eminaychenkova@muiv.ru; olegflyoroff@yandex.ru

The article examines corporate foreign language teaching as a relatively new type of professional education in the Russian social space. Specificity of the analyzed pedagogical process is conditioned by the peculiarities of learners, who combine educational and business activity. The paper shows how professional corporate environment influences the methodological aspects of foreign language teaching, provides examples of pedagogical situations occurring in this process. The conclusion is made about the necessity to develop the system of teachers' training for corporate foreign language training.

Key words and phrases: additional professional education; corporate environment; corporate education; peculiarities of teaching; adult education; business language.