

жание благоприятного отношения к марке, стимулирование намерения купить, упрощение закупки.

Для достижения всех этих целей компании используют различные стратегии.

Развитие информационного обмена в обществе побуждает маркетологов направлять маркетинговые коммуникации за пределы традиционного сегмента покупателей.

Все чаще с целевой аудиторией покупателей ассоциируются группы влияния, лидеры, сообщества и более широкий круг общественности.

В последние годы PR усиливает свое значение в комплексе маркетинговых коммуникаций. Построение и ведение успешных коммуникаций в менеджменте, маркетинге и PR, требует специальных знаний основ теории коммуникаций.

Деловое общение - это обмен информацией, значимой для участников общения. Коммуникация должна быть эффективной, способствовать достижению целей участников общения. Значимость коммуникаций, как сферы деятельности, растет.

Управление коммуникациями предполагает знание особенностей, специфики информационного воздействия различных видов коммуникаций.

По направлению коммуникации можно классифицировать на горизонтальные и вертикальные – в соответствии со структурой управления. Горизонтальные – между лицами одного статуса, вертикальные – между людьми, стоящими на разных ступенях социального статуса.

УДК 378.1

А. Глушкова, А. Попов
(Российская Федерация)

Научный руководитель: А.И. Попов к.п.н., доцент
Тамбовский государственный технический университет

ФОРМИРОВАНИЕ ГОТОВНОСТИ К ИНОЯЗЫЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Активное расширение международного сотрудничества, реализации инновационных программ на наднациональном уровне предопределяет актуальность интенсификации подготовки специалистов к иноязычной коммуникации. Конкурентоспособный специалист для оперативного решения, как вопросов управления, так и поиска, и разработки новации, должен обладать компетенцией выразить свою мысль и понять основную суть предложений партнеров без помощи профессионального переводчи-

ка. Тем более переводчик не всегда обладает знаниями и специальной терминологией в конкретной области техники и технологий, и поэтому зачастую не может четко отразить основную инновационную идею, связанную как с изменением состава и структуры основных фондов, так и усовершенствованием технологического процесса. Бурное развитие определяющих формирование шестого технологического уклада отраслей, таких как нанотехнология и биотехнология, появление большого количества информации о достижениях в данных отраслях на иностранном языке и необходимость её оперативного анализа предполагает использование педагогических инноваций, направленных на формирование готовности к иноязычной коммуникации на высоком уровне. Под данной компетенцией понимается способность и готовность будущего специалиста организовывать свою иноязычную речевую деятельность в ситуациях, требующих международного общения, для решения различных проблем при реализации инновационных проектов.

Процесс формирования готовности студентов к иноязычной коммуникации предполагает совершенствование методического сопровождения как на уровне укрупненных групп направлений и специальностей, так и на уровне образовательного учреждения. Прежде всего, необходимо сформировать общую терминологическую базу изучаемого иностранного языка с регулярным добавлением и обновлением лексических и грамматических единиц, что связано с высокими темпами роста объемов новых знаний на иностранных языках и необходимостью максимально точно понимать и воспринимать иноязычную информацию.

Современные учебные пособия для формирования готовности к иноязычной коммуникации должны включать терминологическую базу на основе коммуникативно значимых тем и типичных ситуаций, возникающих при выполнении задач профессиональной деятельности, например, анализ состояния и перспектив инновационного проекта, выбор способов достижения целей и задач проекта, анализ и оценка инновационного потенциала и другие. Рассмотрение и изучение типичных ситуаций на иностранном языке позитивно позволит посредством включения предметного и социального контекстов формировать как коммуникационную компетенцию, так и профессиональные компетенции.

Также большое внимание для расширения кругозора студентов необходимо уделять работе с познавательными и проблемными текстами и заданиями к ним для проверки понимания смысла прочитанного. Особую роль для специалистов инновационной сферы будут играть творческие задания – от уровня написания рефератов, докладов и подготовки презента-

ций до участия в разрешении проблемной ситуации, стоящей перед реальным хозяйствующим субъектом и требующей либо организации взаимодействия с иностранными партнерами, либо анализа информации на иностранном языке. Нельзя обойтись и без практики: участие в выездных мероприятиях, международных конференциях или мастер-классах и виртуальное общение для доступного обмена информацией и языковой практике. В том числе это возможно реализовать в рамках единого образовательного пространства. Благодаря пользованию социальных сетей и современных технологий происходит установление личных контактов, и развиваются навыки общения с зарубежными коллегами. Выражение собственного мнения и ведение дискуссий на иностранном языке – необходимые умения для специалиста при реализации инновационного проекта, особенно на наднациональном уровне. Один из ключевых моментов при изучении иностранного языка – это использование его как средства общения, а не просто как получение фундаментальной теоретической подготовки. Эффективное формирование иноязычной коммуникации для реализации инновационных проектов успешно протекает при использовании методов интерактивного обучения. Особо стоит отметить, что полученные знания в высших учебных заведениях нужно постоянно освежать и совершенствовать. Это позволит специалисту всегда быть в курсе последних тенденций, так как инновационная деятельность непосредственно направлена на реализацию инновационных проектов, а их экономическая эффективность во многом связана с международными отношениями.

Особая роль отводится квалифицированному преподавателю иностранного языка. Ему следует одновременно управлять как процессом усвоения студентами изучаемого языка, как средством межкультурной коммуникации, так и процессом общения на этом языке в учебном процессе. Преподаватель должен обладать компетенцией искусством общения, а также быть толерантным и открытым в проявлениях своих собственных интересов и эмоций.

Знание иностранного языка делает специалиста более конкурентоспособным, так как дает ему возможность изучать и использовать полезную и актуальную информацию, доступ к которой практически закрыт при незнании языка. Изучение иностранного языка позволяет расширить общий и профессиональный кругозор, способствует содействию налаживать межкультурные связи и относиться с пониманием к духовным ценностям других народов.