



ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

PEDAGOGICS

УДК 37.018.46

DOI 10.30914/2072-6783-2022-16-2-151-159

ОСОБЕННОСТИ КУРСОВ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ В ВУЗАХ ГЕРМАНИИ И РОССИИ

Л. А. Герасимова, А. И. Куклина, Н. М. Подпорина

*Сибирский государственный университет науки и технологий им. академика М. Ф. Решетнева,
г. Красноярск, Российская Федерация*

Аннотация. Введение. Качественное образование характеризуется как знаниями, необходимыми в основной деятельности специалиста, так и различными вспомогательными навыками и умениями. Знание иностранного языка является необходимой образовательной составляющей для любого специалиста. Иностранный язык стал одной из важнейших дисциплин в неязыковых университетах. Изменилось отношение студентов к его изучению; как результат этого изменения появились дополнительные программы обучения на иностранных языках. **Цель работы** – рассмотреть особенности продвижения курсов иностранных языков в неязыковом вузе на примере дополнительной программы профессиональной переподготовки «Переводчик в сфере профессиональной коммуникации» и предложить ряд мер по совершенствованию продвижения данных курсов. **Материалы и методы.** В процессе исследования применялись следующие методы: анализ и синтез, абстрагирование и конкретизация, изучение и обобщение передового опыта работы в области продвижения образовательных услуг с использованием Интернет-сайтов высших учебных заведений. **Результаты исследования.** Показано, что в настоящее время информационное наполнение сайтов языковых программ российских вузов уступает немецким по разнообразию предлагаемых услуг, широте и доступности предоставляемой информации. Было опрошено более 150 слушателей курсов с целью выявления причин и мотивации к изучению иностранного языка. Персональные данные были собраны, сгруппированы и статистически обработаны. Выявлены основные факторы привлекательности таких языковых курсов для студентов и сформулированы предложения по улучшению продвижения языковых программ. **Заключение.** По результатам исследования можно сделать вывод, что на сегодняшний день существует достаточное количество языковых курсов, предлагающих дополнительные образовательные услуги. Все они имеют свои особенности и демонстрируют оригинальный подход к обучению. Установлено, что студенты и специалисты технических специальностей составляют подавляющее большинство студентов языковых курсов. Предложены эффективные инструменты продвижения языковых курсов.

Ключевые слова: комплексное развитие, дополнительное образование, профессиональная компетенция, программа переподготовки, дифференцированный подход

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Для цитирования: Герасимова Л. А., Куклина А. И., Подпорина Н. М. Особенности курсов повышения квалификации в вузах Германии и России // Вестник Марийского государственного университета. 2022. Т. 16. № 2. С. 151–159. DOI: <https://doi.org/10.30914/2072-6783-2022-16-2-151-159>

FEATURES OF ADVANCED TRAINING COURSES IN GERMAN AND RUSSIAN UNIVERSITIES

L. A. Gerasimova, A. I. Kuklina, N. M. Podporina

*Siberian State University of Science and Technology named after academician M. F. Reshetnev,
Krasnoyarsk, Russian Federation*

Abstract. Introduction. High-quality education is characterized by both the knowledge required in the main activity of a specialist, and by auxiliary skills and abilities. Knowledge of a foreign language is a necessary educational component for any specialist. Foreign language has become one of the most important disciplines in non-linguistic universities. The attitude of students towards its study has changed; as a result of this change, additional training programs in foreign languages appeared. **The purpose** of this work is to consider the features of promoting foreign language courses in a non-linguistic university using the example of an additional professional retraining program “Translator in the field of professional communication” and to propose a number of measures to improve the promotion of these courses. **Materials and methods.** The following methods were used in the research process: analysis and synthesis, abstraction and concretization, study and generalization of best practices in the field of promoting educational services using the Internet sites of higher educational institutions. **Research results, discussion.** It is shown that at present, the information content of the websites of language programs of Russian universities is inferior to the German ones in terms of the variety of services offered, the breadth and availability of the information provided. More than 150 course participants were interviewed in order to identify the reasons and motivation for learning a foreign language. Personal data has been collected, grouped and statistically processed. The main factors of the attractiveness of such language courses for students are identified and proposals for improving the promotion of language programs are formulated. **Conclusion.** According to the results of the study, it can be concluded that today there are a sufficient number of language courses offering additional educational services. All of them have their own characteristics and demonstrate an original approach to teaching. It has been established that students and specialists in technical specialties make up the overwhelming majority of students of language courses. Effective tools for promoting language courses were proposed.

Keywords: integrated development, additional education, professional competence, retraining program, differentiated approach

The authors declare no conflict of interests.

For citation: Gerasimova L. A., Kuklina A. I., Podporina N. M. Features of advanced training courses in German and Russian universities. *Vestnik of the Mari State University*. 2022, vol. 16, no. 2, pp. 151–159. (In Russ.). DOI: <https://doi.org/10.30914/2072-6783-2022-16-2-151-159>

Введение

Перед современным техническим вузом стоит задача подготовить своих выпускников таким образом, чтобы они не только овладели определенными навыками и умениями, но и стремились к повышению своего профессионального мастерства.

Комплексное развитие в образовании дает возможность будущим специалистам добиться успеха в конкретной сфере, повысить эффективность работы и сохранить высокий профессиональный уровень. Эксперты разрабатывают необходимые инструменты для поддержки непрерывного обучения с целью «поддержки людей на всех этапах образования, профессиональной деятельности и трудоустройства в реализации их интересов, навыков и компетенций, чтобы самостоятельно формировать свою

образовательную и профессиональную биографию» [7].

Более того, шансы на трудоустройство будущего выпускника могут быть увеличены, поскольку комплексно подготовленные специалисты востребованы как современным российским, так и зарубежным рынком труда. Следовательно, современные технические университеты сталкиваются с проблемой подготовки своих выпускников таким образом, чтобы они не только овладели определенными навыками и умениями, но и стремились повысить свою квалификацию [3].

Курсы иностранных языков, проводимые в вузах в рамках дополнительного образования, также помогают развить у студента ориентацию на продвижение по службе, на профессиональный рост. Основное назначение иностранного языка – формирование коммуникативной

компетенции, то есть способности осуществлять межличностное и межкультурное общение [5]. Таким образом, овладение дополнительными навыками, например, иностранными языками, является важным фактором подготовки будущих специалистов [4].

Перед университетами стоит задача продвигаться в условиях вынужденной конкуренции в сфере высшего образования. Схема государственного финансирования вынуждает образовательные учреждения конкурировать друг с другом не только за количество студентов, но и за повышение качества высшего образования и исследований [2; 9]. При наличии достаточного количества как государственных, так и коммерческих учебных заведений для привлечения большего количества абитуриентов университетам необходимо тщательно организовать свою кампанию по формированию своего имиджа, представлений о себе и своих образовательных услугах, реализовать гибкую информационную политику, постоянно изучать спрос и предлагать цены, адекватные платежеспособному спросу и высокому качеству. Современные маркетинговые стратегии теперь сосредоточены на создании и поддержании сильного институционального бренда; сильный бренд подтвердит авторитет академических кругов на мировом рынке образования. Узнаваемость бренда, в том числе осязаемых и нематериальных составляющих бренда, может стимулировать близость к бренду. Существуют различные тактики, которые можно применять с целью повышения осведомленности учащихся о языковых программах. В статье рассматриваются некоторые из них [10].

Следовательно, высшие учебные заведения и представляемые ими курсы иностранных языков сейчас стоят перед непростым выбором – найти оптимальные пути своего дальнейшего развития.

Концепция программы продвижения заключается в разработке основных способов продвижения образовательных услуг, оказываемых языковыми центрами высших учебных заведений и направленных на целевой сегмент.

Методы

Для определения результативности продвижения программ подготовки по иностранным языкам в профессиональной сфере проводились информационный тематический поиск, изучение и обобщение передового опыта работы в области продвиже-

ния образовательных услуг с использованием интернет-сайтов высших учебных заведений.

Были исследованы сайты немецких университетов на предмет предложения студентам дополнительных языковых квалификаций параллельно с основной учебной по специальности.

Результаты

Язык – это ключ к культуре страны. По мнению немецких экспертов, даже если общение на английском языке как наиболее распространенном иностранном языке в научном мире возможно, повседневное общение все же требует курсов немецкого языка для иностранных граждан. Курсы немецкого языка, субсидируемые правительством Германии, рекламируются не только как языковые курсы, но и как часть интеграционных и ценностных курсов [8].

Привлекательность курсов иностранных языков, с точки зрения их международной ориентации, осуществляется благодаря ряду мероприятий:

1. Развитие языковых навыков путем организации дополнительных курсов иностранных языков.

2. Более активное участие приглашенных лекторов и преподавателей.

3. Поддержка интереса учащихся к предлагаемым стажировкам за рубежом за счет повышения прозрачности доступа и признания академического опыта и так далее.

4. Проведение различных мероприятий, посвященных изучению иностранных языков, как например: информационное мероприятие «Выезжаем за границу» (*Uni-Freiburg*) или «Неделя иностранных языков» (*Uni-Regensburg*).

5. Организация обратной связи в разделе *Feedback* на странице Языкового центра университета г. Бонн. Языковой центр г. Бонн старается установить обратную связь с потенциальной целевой аудиторией, используя продуманные вопросы и ряд приемов речевого воздействия на аудиторию.

6. На главной странице Языкового центра г. Бонн можно прочитать обращение к потенциальным слушателям курсов с гарантией «высочайшего качества возможностей для обучения иностранным языкам с учетом последних научных разработок в преподавании, членством в национальных и международных ассоциациях, непрерывным обучением преподавателей по учебной программе языкового учебного центра, регулярной аттестацией преподавателей и непрерывным

развитием образовательных услуг, а также современными оборудованными учебными классами»¹.

Отделение обучения иностранным языкам (SFA) в Регенсбурге предлагает как общие курсы иностранных языков, так и специализированные курсы иностранных языков в профессиональной сфере для студентов всех факультетов (Zentrum für Sprache und Kommunikation Universität Regensburg)². По дисциплине «Общий иностранный язык» обучение предлагается на 18 языках, по профессиональному иностранному языку – на 7 языках. Такие направления необходимы для развития будущих профессиональных навыков не только студентов, но и сотрудников вузов, поэтому пользуются большим спросом (табл. 1).

Языковой центр университета во Фрайбурге обучает студентов в основном английскому языку (Albert-Ludwigs-Universität Freiburg)³. Но он

также предлагает программы обучения на арабском, немецком для иностранцев, шведском, французском, испанском, итальянском, португальском, русском, чешском, польском, китайском, японском, тайском и норвежском языках. По данным языкового центра, количество студентов на курсах иностранных языков постоянно растет (примерно 1200 человек за семестр), и достаточное количество студентов изучают второй или третий иностранный язык.

Языковой центр университета в Кемнице (TU-Chemnitz) предлагает также в разделе «Полезная информация» ответы на популярные вопросы, связанные с наличием мест на курсе, возможности записи на курс, выбора второго иностранного языка или пересдачи экзамена и так далее⁴.

Данные об организации курсов иностранных языков кратко представлены в таблице 1.

Таблица 1 / Table 1

Инструменты продвижения курсов иностранных языков. Германия /
Tools for promoting foreign language courses. Germany

Университет / University	Количество переходов от главной страницы / Number of clicks from the main page	Скорость загрузки до нужной страницы / Loading speed to the desired page	Интерфейс (понятность) от 1 до 5 баллов / Interface (clarity) from 1 to 5 points	Event- деятельность / Event activity
Regensburg	1	3 с	5	Международная Неделя
Freiburg	3	8 с	3	Рубрика «Календарь событий»
Chemnitz	2	4 с	4	Расписание языковых экзаменов
Bonn	1	4 с	4	Открытие службы поддержки HelpDesk

Наиболее доступной и понятной пользователю представляется информация интернет-страницы языкового центра университета г. Регенсбурга.

Следует заметить, что в Германии востребованность курсов иностранных языков, в частности,

английского языка, растет на всех уровнях обучения – для бакалавров, магистрантов и аспирантов, при этом экзамены по профильным дисциплинам частично проводятся на английском языке.

В российских университетах и высших учебных заведениях г. Красноярск информация, выложенная на сайтах, является важным приемом продвижения курсов.

В процессе тематического поиска были найдены ссылки на сайты университетов, организующих подготовку студентов по дополнительной программе профессиональной переподготовки «Переводчик в профессиональной коммуникации» (ППК). Были рассмотрены предложения в поисковых системах *Google* и «Яндекс». В списке популярных сайтов поисковой системы *Google* и «Яндекс» значатся разные источники.

¹ Universität Bonn. (n.d.). Sprachlernzentrum // Elektronische Ressource. URL: <https://www.ikm.uni-bonn.de/sprachlernzentrum/fremdsprachen> (дата обращения: 03.01.2022).

² Zentrum für Sprache und Kommunikation Universität Regensburg (n.d.). Elektronische Ressource. URL: <http://www.uni-regensburg.de/zentrum-sprache-kommunikation/leitung/index.html>. (дата обращения: 04.01.2022).

³ Albert-Ludwigs-Universität Freiburg. Elektronische Ressource. Zugriffszustand. URL: <https://www.uni-freiburg.de> (дата обращения: 04.01.2022).

⁴ Technische Universität Chemnitz. (n.d.). Elektronische Ressource. URL: <https://www.tu-chemnitz.de>. (дата обращения: 04.01.2022).

Таблица 2 / Table 2

Рейтинг сайтов по дополнительной языковой подготовке / Rating of sites for additional language training

<i>Google:</i>	<i>Яндекс: / Yandex:</i>
1. Российский новый университет	1. Российский новый университет
2. Сибирский федеральный университет	2. Сибирский федеральный университет
3. Красноярский государственный педагогический университет им. В. П. Астафьева	3. Форум <i>ABBY LINGVO</i>
4. Санкт-Петербургский академический университет	4. Московский технический университет связи и информатики (МТУСИ)
	5. Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова

Ссылка на курсы иностранных языков СФУ находится на втором месте. В данных списках СибГУ отсутствует (табл. 2).

На данную программу во всех этих вузах принимаются студенты не младше третьего курса, аспиранты либо дипломированные специалисты всех вышеперечисленных профилей обучения. То есть потенциальные слушатели программы имеют примерно равные условия для обучения.

Центр дополнительного образования «Переводчик в сфере профессиональной коммуникации» Сибирского федерального университета¹ представлен в поисковой системе *Google* и в системе «Яндекс», тремя адресами – Центр дополнительного образования, Институт филологии и языковой коммуникации (далее ИФиЯК) и ссылкой на кафедру иностранных языков для инженерных направлений института (ИФиЯК) с общей информацией о кафедре и дополнительной ссылкой на программу ППК. Страницы позволяют работать на четырех иностранных языках: английском, китайском, немецком и испанском, но не на всех страницах представлена актуальная информация.

Четвертое место по списку *Google* занимает программа профессиональной переподготовки «Переводчик в сфере профессиональной коммуникации» центра дополнительного профессионального управленческого образования Красноярского государственного педагогического

университета имени В. П. Астафьева². На программу принимаются специалисты, имеющие высшее образование, а также студенты третьего – четвертого курсов вузов. Предлагаются три иностранных языка: английский, немецкий и польский. Портал предлагает работать только на русском языке.

Институт гуманитарных и социальных наук Санкт-Петербургского академического университета (бывший Санкт-Петербургский университет управления и экономики)³ в лице кафедры иностранных языков предлагает языковую профессиональную переподготовку для дипломированных специалистов в различных областях, корпоративных клиентов, реализующих обучение персонала для повышения квалификации своих сотрудников, а также для студентов 3–4-х курсов и аспирантов.

На сервере дистанционного обучения СибГУ⁴ информация представлена только о преподавателях, работающих в рамках данной программы, но сроки обучения, стоимость не указаны. Косвенно обозначены иностранные языки, которым обучают на программе, – английский и немецкий. На главной странице университета имеется ссылка «Дополнительное образование», ведущая на сайт Ресурсного центра иностранных языков, предлагающего обучение китайскому языку.

² Переводчик в сфере профессиональной коммуникации (английский, немецкий, французский, польский языки) КГПУ им. В. П. Астафьева. URL: <http://www.kspu.ru/page-15251.html> (дата обращения: 04.01.2022).

³ Санкт-Петербургский академический университет. URL: <http://www.spbume.ru/news/a-1917.html> (дата обращения: 04.01.2022).

⁴ Ресурсный центр иностранных языков СибГУ. URL: <http://flrc.sibsau.ru/> (дата обращения: 05.01.2022).

¹ Центр дополнительного образования «Переводчик в сфере профессиональной коммуникации» Сибирского федерального университета, Институт филологии и языковой коммуникации. URL: <http://ifiyak.sfu-kras.ru/dopolnitelnoe-obrazovanie-perevodchik-v-sfere-professionalnoj-kommunikatsii>. (дата обращения: 04.01.2022).

Таблица 3 / Table 3

**Инструменты продвижения курсов иностранных языков, г. Красноярск /
Tools for promoting foreign language courses, Krasnoyarsk**

Университет / University	Количество пере- ходов от главной стр. / Number of clicks from the main page	Скорость за- грузки до нуж- ной страницы / Loading speed to the desired page	Интерфейс (понят- ность) от 1 до 5 бал- лов / Interface (clari- ty) from 1 to 5 points	Актуальность информации / Rele- vance of information	Event-деятельность / Event activity
СФУ	4	4 с	3	календарь текущих событий	конкурс молодых переводчиков (апрель 2016)
КГПУ им. В. П. Астафьева	ссылка не найдена	> 9 с	1	устаревшая информация	нет информации
СибГАУ им. ак. М. Ф. Решетнева	1–3	7 с	3	частично устаревшая информация	нет информации

Сравнение показателей, представленных в таблицах 1, 2 и 3, демонстрирует отсутствие существенных отличий характеристик инструментов продвижения курсов иностранных языков в исследуемых вузах Германии и России. Можно отметить только недостаточное проявление Event-деятельности российских вузов.

Таким образом, порталы центров иностранных языков высших учебных заведений являются важной точкой получения информации об имеющихся языковых курсах. Использование маркетинговых инструментов, сопряженное с современными интернет-технологиями, акцентирование на качественные, а не на количественные показатели обуславливают высокую эффективность деятельности по продвижению образовательных услуг [2]. По результатам исследования можно сделать вывод, что на сегодняшний день существует достаточное количество различных онлайн-платформ, предлагающих платные и бесплатные образовательные услуги. Несмотря на схожесть в тематике курсов, все платформы имеют свои особенности и предоставляют совершенно оригинальный подход к обучению. Рассмотренные нами открытые онлайн-платформы работают по схожей системе, но тем не менее университеты-партнеры и категории обучения в русскоязычных и зарубежных вузах значительно разнятся [1]. При изучении сайта становится очевидным, что вузы применяют сайты как важное операционное средство в осуществлении своей образовательной деятельности. Порталы вузов в основном направлены на

обращение к нескольким группам пользователей, т. е. функционал сайтов ограничивается обращением к собственным студентам и сотрудникам, а не к широкому внешнему академическому сообществу [6].

Между тем, целевая аудитория курсов программы «Переводчик в профессиональной коммуникации» (ППК) вузов России, в частности, города Красноярска, может быть несколько шире. Целевой аудиторией, как правило, являются студенты самого вуза, в котором созданы эти курсы, а также других вузов, и уже имеющие высшее образование слушатели, возраст которых составляет 25–35 лет. В связи с этим целесообразно предложить следующие меры по совершенствованию продвижения данных курсов:

1. Помимо имеющейся регистрации сайта в поисковых машинах необходима регистрация в тематических каталогах об образовании. Подобная индексация интернет-сайта поисковиками позволит получать новых посетителей. При этом необходимо учитывать, что поисковикам будет легче индексировать и впоследствии находить сайт, если информация на нем будет постоянно обновляться.

2. Чтобы поднять ссылку на интернет-страницу Ресурсного центра иностранных языков Сибирского государственного университета, необходимо оптимизировать страницу согласно рекомендациям *Google* для улучшения видимости сайта как для пользователей, так и для поисковых систем. Способы поисковой оптимизации включают в себя улучшение структуры сайта,

оптимизацию контента, оптимизацию поиска для мобильных систем.

3. Рекомендуется также ведение собственной рассылки, которую можно предложить посетителям. Это позволит не потерять целевого посетителя (потенциального клиента). Через рассылку можно анонсировать тренинги и семинары, сообщать о полезных материалах и мероприятиях в области обучения. Созданный подписной лист – это основной интернет-актив, база потенциальных клиентов на образовательные услуги. Данную рассылку необходимо вести постоянно, а также давать возможность подписчику отписаться от нее, иначе впоследствии может возникнуть недовольство от навязчивого распространения предложений.

4. Написание и размещение актуальных статей об интересных событиях – очень хороший способ получения целевого посетителя на сайт. При этом статья должна давать полезную информацию для заинтересованного человека.

5. Организация обратной связи в разделе *Feedback*, написание отзывов на портале Ресурсного центра, что, несомненно, даст возможность оптимизировать работу и увеличить число потенциальных клиентов курсов, так как они смогут прочитать многочисленные положительные отзывы, например, выпускников программы. Одним из важных элементов продвижения программы профессиональной переподготовки ППК является, на наш взгляд, поддержание отношений с выпускниками программы.

6. Для визуализации результата целей возможно в формате выложить образец диплома установленного образца по дополнительной программе переподготовки «Переводчик в сфере профессиональной коммуникации».

В результате реализации этих мер образовательные организации получают возможность с минимальными вложениями доводить до своей потенциальной аудитории нужную рекламную информацию о своих услугах [10].

1. Абрамова С. Г., Долгова А. О. Характеристика массовых онлайн-платформ и курсов иностранных языков // Обучение иностранным языкам – современные проблемы и решения: сборник материалов I Международной научно-практической конференции имени Е. Н. Солововой. 2019. С. 18–24. URL: https://mgimo.ru/upload/2019/05/Solovova_Sbornik.pdf (дата обращения: 04.01.2022).

2. Муратова Е. А. Методы интернет-продвижения образовательных услуг вузов // Московский экономический журнал. 2019. № 9. С. 646–652. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-internet-prodvizheniya-obrazovatelnyh-uslug-vuzov> (дата обращения: 27.01.2022).

3. Подпорина Н. М. Работа с лексикой в рамках профессионально-ориентированного обучения иностранному языку // Решетневские чтения. 2014. № 18. С. 235–237. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rabota-s-leksikoy-v-ramkah-professionalno-orientirovannogo-obucheniya-inostrannomu-yazyku> (дата обращения: 03.01.2022).

4. Подпорина Н. М. Роль коммуникаций в сфере образовательных услуг (на примере курсов иностранных языков в техническом вузе) // Наука и современность 2020: материалы 59-ой Международной научной конференции. Евразийское научное объединение. 2020. № 1 (59). С. 372–374. <https://esa-conference.ru/wp-content/uploads/2020/02/esa-january-2020-part5.pdf> (дата обращения: 03.01.2022).

5. Раджабова Д. А. Modern educational technologies in teaching a foreign language // Молодой ученый. 2017. № 13 (147). С.592–595. URL: <https://moluch.ru/archive/147/41269/> (дата обращения: 03.01.2022).

6. Тарасова Е. Е., Шейн Е. А. Принципы и инструменты продвижения образовательных услуг на образовательном портале региона // Управленческое консультирование. 2017. № 12 (108). С. 147–156. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/printsipy-i-instrumenty-prodvizheniya-obrazovatelnyh-uslug-na-obrazovatelnom-portale-regiona> (дата обращения: 27.01.2022).

7. Franz J., Robak S., Kerres M., Buntins K., Egetenmeyer R., Lechner R., Hufer K-P. Digitalisierung in der Erwachsenenbildung // Hessische Blätter für Volksbildung. 2020. 3. 96 p. DOI: <https://doi.org/10.3278/HBV2003W>

8. Heinemann Alisha M. B. The making of “good citizens”: German courses for migrants and refugees // Studies in the education of adults. Vol. 49. Issue 2: Migration, Adult Education and Learning. 2017. Pp. 177–195. DOI: <https://doi.org/10.1080/02660830.2018.1453115>

9. Leshukov O. V., Platonova D. P., Semyonov D. S. The efficiency of regional higher educational systems and competition in Russia // Экономика региона. 2016. Т. 12. Вып. 2. С. 417–426. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/the-efficiency-of-regional-higher-education-systems-and-competition-in-russia> (дата обращения: 03.01.2022).

10. Stukalina Yu. Marketing in higher education: promoting educational services and programmes // The Proceedings of the International Scientific Conference Contemporary Issues in Business, Management and Economics Engineering. Vilnius : VGTU, 2019. Pp. 616–624. DOI: <https://doi.org/10.3846/cibmee.2019.062>

Статья поступила в редакцию 07.02.2022; одобрена после рецензирования 02.03.2022; принята к публикации 14.03.2022.

Об авторах**Герасимова Людмила Анатольевна**

кандидат биологических наук, доцент, Сибирский государственный университет науки и технологий им. академика М. Ф. Решетнева (6600037, Российская Федерация, г. Красноярск, пр. им. газеты «Красноярский рабочий», д. 31), ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8037-6080>, lyu-gerasimova@yandex.ru

Подпорина Наталья Михайловна

старший преподаватель, Сибирский государственный университет науки и технологий им. академика М. Ф. Решетнева (6600037, Российская Федерация, г. Красноярск, пр. им. газеты «Красноярский рабочий», д. 31), ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6813-9971>, podporina-nm@yandex.ru

Куклина Анна Ивановна

старший преподаватель, Сибирский государственный университет науки и технологий им. академика М. Ф. Решетнева (6600037, Российская Федерация, г. Красноярск, пр. им. газеты «Красноярский рабочий», д. 31), ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7135-0727>, ai_kuklina@mail.ru

Все авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

1. Abramova S. G., Dolgova A. O. Charakteristika massovykh onlain-platform I kursov inostrannykh yazykov [Characteristics of mass online platforms and foreign language courses]. *Obuchenie inostrannym yazykam – sovremennye problemy i resheniya: sbornik materialov I Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii imeni E. N. Solovovoy* = Teaching foreign languages – modern problems and solutions: collection of materials of the I International scientific and practical conference named after E. N. Solovova, 2019, pp. 18–24. Available at: https://mgimo.ru/upload/2019/05/Solovova_Sbornik.pdf (accessed 04.01.2022) (In Russ.).
2. Muratova E. A. Metody internet-prodvizheniya obrazovatel'nykh uslug vuzov [Methods of Internet-promotion of educational services of higher education institutions]. *Moskovskii ekonomicheskii zhurnal* = Moscow journal, 2019, no. 9, pp. 646–652. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-internet-prodvizheniya-obrazovatelnyh-uslug-vuzov> (accessed 27.01.2022). (In Russ.).
3. Podporina N. M. Rabota s leksikoi v ramkakh professional'no-orientirovannogo obucheniya inostrannomu yazyku [Working with the lexis within the professionally-oriented teaching a foreign language]. *Reshetnevskie chteniya: materialy Nauchno-prakticheskoi konferentsii* = Reshetnev readings: Materials of scientific and practical conference, 2014, no. 18, pp. 235–237. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/rabota-s-leksikoy-v-ramkah-professionalno-orientirovannogo-obucheniya-inostrannomu-yazyku> (accessed 03.01.2022) (In Russ.).
4. Podporina N. M. Rol' kommunikatsii v sfere obrazovatel'nykh uslug (na primere kursov inostrannykh yazykov v tekhnicheskoy vuzov) [The role of communications in the field of educational services (on the example of foreign language courses at a technical university)]. *Nauka I sovremennost' 2020: materialy 59-oi Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii. Evraziiskoe nauchnoe ob"edinenie* = Eurasian Scientific Association, 2020, no. 1 (59), pp. 372–374. Available at: <https://esa-conference.ru/wp-content/uploads/2020/02/esa-january-2020-part5.pdf> (accessed 03.01.2022) (In Russ.).
5. Radzhabova D. A. Modern educational technologies in teaching a foreign language. *Molodoi uchenyi* = The Young Scientist, 2017, no. 13 (147), pp. 592–595. Available at: <https://moluch.ru/archive/147/41269/> (accessed 03.01.2022). (In Eng.).
6. Tarasova E. E., Shein E. A. Printsipy i instrumenty prodvizheniya obrazovatel'nykh uslug na obrazovatel'nom portale regiona [The principles and tools of promotion of educational services on the educational portal of the region]. *Upravlencheskoe konsul'tirovanie* = Administrative Consulting, 2017, no. 12 (108), pp. 147–156. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/printsipy-i-instrumenty-prodvizheniya-obrazovatelnyh-uslug-na-obrazovatelnom-portale-regiona> (accessed 27.01.2022) (In Russ.).
7. Franz J., Robak S., Kerres M., Buntins K., Egetenmeyer R., Lechner R., Hufer K-P. Digitalisierung in der Erwachsenenbildung. *Hessische Blätter für Volksbildung*, 2020, 3, 96 p. (In Germ.). DOI: <https://doi.org/10.3278/HBV2003W>
8. Heinemann Alisha M. B. The making of “good citizens”: German courses for migrants and refugees. *Studies in the Education of Adults*, 2017, vol. 49, issue 2: Migration, Adult Education and Learning, pp. 177–195. (In Eng.). DOI: <https://doi.org/10.1080/02660830.2018.1453115>
9. Leshukov O. V., Platonova D. P., Semyonov D. S. The efficiency of regional higher education systems and competition in Russia. *Ekonomika regiona* = Economy of Region, 2016, vol. 12, issue 2, pp. 417–426. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/the-efficiency-of-regional-higher-education-systems-and-competition-in-russia> (accessed 03.01.2022) (In Eng.).
10. Stukalina Yu. Marketing in higher education: promoting educational services and programmes. *The Proceedings of the International Scientific Conference Contemporary Issues in Business, Management and Economics Engineering*, Vilnius, VGTU Publ., 2019, pp. 616–624. (In Eng.). DOI: <https://doi.org/10.3846/cibmee.2019.062>

The article was submitted 07.02.2022; approved after reviewing 02.03.2022; accepted for publication 14.03.2022.

About the authors**Lyudmila A. Gerasimova**

Ph. D. (Biology), Associate Professor, Reshetnev Siberian State University of Science and Technology (31 Krasnoyarsky Rabochy Av., Krasnoyarsk 660037, Russian Federation), ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8037-6080>, lyu-gerasimova@yandex.ru

Natalya M. Podporina

Senior Lecturer, Reshetnev Siberian State University of Science and Technology (31 Krasnoyarsky Rabochy Av., Krasnoyarsk 660037, Russian Federation), ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6813-9971>, podporina-nm@yandex.ru

Anna I. Kuklina

Senior Lecturer, Reshetnev Siberian State University of Science and Technology (31 Krasnoyarsky Rabochy Av., Krasnoyarsk 660037, Russian Federation), ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7135-0727>, ai_kuklina@mail.ru

All authors have read and approved the final manuscript.