

Ссылка для цитирования этой статьи:

Цветкова С.Е., Минеева О.А., Солуянова О.Н. Исследование потребительского спроса и предпочтений на услуги центров иноязычного образования // Human Progress. 2024. Том 10, Вып. 1. С. 12. URL: http://progress-human.com/images/2024/Tom10_1/Tsvetkova.pdf. DOI 10.34709/IM.1101.12. EDN FJIBRA.

УДК 339.13

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА И ПРЕДПОЧТЕНИЙ НА УСЛУГИ ЦЕНТРОВ ИНОЯЗЫЧНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Цветкова Светлана Евгеньевна

кандидат педагогических наук, доцент кафедры
Теории и практики иностранных языков и лингводидактики
ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический
университет им. Козьмы Минина»

svetlanatsvetkova5@gmail.com

1, ул. Ульянова
г. Нижний Новгород, 603950, РФ
+7 (831) 262-20-44

Минеева Ольга Александровна

кандидат педагогических наук, доцент кафедры
европейских языков и методики их преподавания
ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический
университет им. Козьмы Минина»

[mineevaolga@gmail.com](mailto:mineevoalga@gmail.com)

1, ул. Ульянова
г. Нижний Новгород, 603950, РФ
+7 (831) 262-20-44

Солуянова Ольга Николаевна

кандидат педагогических наук, доцент кафедры
иностранных языков и профессиональной коммуникации
ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Московский
государственный строительный университет»

Solyanova.olga@mail.ru

26, ш. Ярославское
г. Москва, 129337, РФ
+7 (499) 183-26-47

Аннотация. Актуальность данной работы обусловлена тем, что знание французского языка является залогом профессионального успеха на международном рынке труда. В связи с этим будущие специалисты и сотрудники промышленных предприятий и фирм могут быть

заинтересованы в услугах центров дополнительного образования по французскому языку. Проведение маркетингового исследования и опроса необходимо для совершенствования образовательных услуг с целью их соответствия потребностям потенциальных клиентов, общества и рынка труда. Целью этой статьи является описание результатов исследования потребительского спроса на услуги центров дополнительного иноязычного образования по французскому языку. Теоретическую базу составили материалы маркетинговых исследований потребительского спроса на услуги. Эмпирические методы включали в себя: 1) сбор и обработку данных об образовательных услугах по французскому языку; 2) определение критериев предпочтений и опрос лиц, заинтересованных в услугах иноязычного образования; 3) статистическую обработку и интерпретацию результатов опроса. В результате исследования выделено и описано пять лучших лингвистических школ для изучения французского языка в Нижнем Новгороде и Дзержинске. Одним из лучших вариантов является языковой центр «Speaking Planet». Проведен опрос на выявление потребности и потребительских предпочтений респондентов в курсах французского языка. Результаты опроса показали, что курсы французского языка пользуются спросом у респондентов.

Ключевые слова: опрос потребителей; иностранный язык; французский язык; дополнительное образование; курс иностранного языка; спрос на курсы французского языка; потребительские предпочтения.

JEL коды: M31; L22; M10.

Введение

Актуальность данной работы обусловлена тем, что владение иностранным языком необходимо современному специалисту для продуктивной коммуникации и обмена информацией с зарубежными партнерами по бизнесу, а также для организации отдыха и досуга за рубежом [1-5]. Знание французского языка, бесспорно, является залогом профессионального успеха на международном рынке труда в различных отраслях промышленности и экономики (авиа-машиностроение, автомобильный транспорт, пищевая и агро-промышленность, индустрия роскоши и пр.). Наряду с английским, французский язык возможно изучать в любой стране мира. Франция располагает большой сетью культурных центров за рубежом, где более 750 000 человек изучают французский язык. Молодые инженеры, владеющие французским, могут обучаться и работать на предприятиях Франции и в зарубежных филиалах (Бельгия, Канада, Швейцария и пр.).

В связи с этим будущие специалисты, в особенности, инженерных, экономических и управленческих профилей, а также молодые сотрудники промышленных предприятий и

фирм могут быть заинтересованы в услугах центров дополнительного образования по французскому языку. В настоящее время в Нижегородском регионе функционирует большое количество конкурирующих между собой лингвистических школ. Проведение маркетингового исследования и опроса необходимо для совершенствования образовательных услуг с целью их соответствия потребностям потенциальных клиентов, общества и рынка труда.

Цель: описание результатов исследования потребительского спроса на услуги центров дополнительного иноязычного образования по французскому языку. Задачи: 1) исследовать образовательные услуги ведущих лингвистических центров Нижнего Новгорода; 2) определить критерии выбора потребителем образовательных услуг по иностранному (французскому) языку и организовать маркетинговый опрос; 3) обработать и проанализировать полученные статистические данные.

1. Материалы и методы

Теоретическую базу составили материалы исследований в области маркетинга и, в частности, потребительского спроса на услуги (С.В. Булганина, М.П. Прохорова, А.А. Шкунова [6, с.19], П.Д. Кочина, Н.Л. Синева, С.В. Булганина [7, с.52], А. Д. Скосырева, Т. О. Зимина, С. В. Булганина [8, с. 64], К.Р. Ranjan, P. Sugathan, A. Rossmann [9, с. 7], A. Herziger, E. Hoelzl [10, с. 363], J.P. Graesch, S. Hensel-Börner, J. Henseler [11, с. 139] и пр.).

Эмпирические методы включили в себя:

- сбор и обработку данных образовательных услуг по французскому языку;
- определение критериев предпочтений потребителя и опрос лиц, заинтересованных в услугах иноязычного образования (<https://webanketa.com/forms/70rk8c9g5wt68sk164tker8/ru/>);
- статистическую обработку и интерпретацию результатов опроса.

В рамках маркетингового исследования рассмотрены возможные варианты обучения французскому языку в Нижнем Новгороде и Дзержинске. В результате выделено пять лучших заведений для изучения языка: центр дополнительного иноязычного образования (ЦИО) на базе Нижегородского государственного педагогического университета (НГПУ) им. К. Минина, ЦИО на базе Нижегородского государственного лингвистического университета (НГЛУ) им. Н. А. Добролюбова, а также ведущие лингвистические центры «Альянс Франсез», «Speaking Planet» и «Language Peak».

НГПУ им. К. Минина (<https://mininuniver.ru/training/languages/french>) предлагает изучение французского языка для студентов педагогических и лингвистических вузов. Программа курса разработана на основе единых европейских стандартов, с учетом уровневого подхода в обучении иностранным языкам.

Языковой материал программы подобран таким образом, что гармонично развивает все навыки владения французским языком: чтение, говорение, восприятие иноязычной речи на слух и письмо. Кроме того, стоимость обучения на курсах гораздо ниже, чем у конкурентов.

НГЛУ им. Н.А. Добролюбова (<https://courses.lunn.ru/>) предлагает экспресс-курс – идеальный вариант для тех, кому нужно срочно подтянуть уровень французского языка. В ходе интенсива вы сможете изучить базовый универсальный набор слов, выражений и языковых клише, которые помогут сформировать профессиональные компетенции.

Для слушателей с высшим образованием, студентов бакалавриата и специалитета в области гуманитарных наук предлагается курс сроком обучения полтора года. После окончания курса слушатели получают диплом, и это большой плюс по сравнению с другими курсами. Выпускнику присваивается квалификация «Переводчик в сфере профессиональной коммуникации» с указанием предметной области, соответствующей основному высшему образованию слушателя.

Лингвистический центр «Альянс Франсез» (<https://afrus.ru/nijni-novgorod/>) имеет узкую направленность. В отличие от других подобных школ «Альянс Франсез» специализируется только на преподавании французского языка. Изучение французского языка в «Альянс Франсез» включает шесть уровней в соответствии с Общеввропейской шкалой языковых компетенций (CECR). Единственным минусом является цена.

Одним из лучших вариантов является «Speaking Planet» (<https://nnovgorod.speakingplanet.ru/>), поскольку данный языковой клуб имеет высокую рейтинговую оценку в 4,7 балла. При этом стоимость очного обучения за три месяца составляет 13700 (тринадцать тысяч семьсот) руб., что гораздо ниже, чем у конкурентов. «Speaking Planet» – это тщательно подобранная команда преподавателей высокой квалификации. Это филологи-лингвисты, преподаватели международной сертификации, которые любят свою работу и хорошо ее знают.

Самой известной школой является «Language Peak» (<https://languagepeak.ru/kursy/frantsuzskij-yazyk>), поскольку она имеет самую высокую рейтинговую оценку в 4,8 балла. «Language Peak» предлагает курс французского языка за четыре месяца. Здесь вы сможете пройти эффективное обучение французскому языку на курсах четырех уровней (A1, A2, B1, B2), подготовиться к поездке, обучению во Франции или к сдаче международного экзамена DELF. Минусом является завышенная стоимость, 36000 (тридцать шесть тысяч) рублей.

Все вышеуказанные учебные заведения имеют высокий рейтинг и бюджетную стоимость курсов по французскому языку (таблица 1).

Табл. 1: Учебные заведения в г. Нижний Новгород и г. Дзержинск, предоставляющие курсы французского языка¹

№	Сведения по курсу	Рейтинговая оценка краткое описание	Название учреждения контакты
1	«Общий французский»; формат и срок обучения: очное, 1 год; документ: сертификат; стоимость обучения – 12500 руб. за семестр	4,2 Обучение живому языку, последовательная и доступная система подачи грамматики, современная коммуникативная методика	НГПУ им. К. Минина г. Нижний Новгород, ул. Ульянова 1
2.	Интенсивный курс французского языка; формат и срок обучения: очное, 1 месяц; документ: сертификат; стоимость обучения – 6900 руб.	4,2 С первого урока вы будете готовиться к реальному общению с иностранцами; программа курса универсальна: после прохождения вы будете чувствовать себя уверенно как в бытовом общении, так и среди зарубежных коллег; благодаря грамотно распределенной нагрузке вы всего за месяц освоите материал, рассчитанный на более длительный период обучения.	НГЛУ им. Н.А. Добролюбова г. Нижний Новгород, ул. Минина 31 А
	Переводчик в сфере проф. коммуникации; формат и срок обучения: очное, 1,5 года; документ: диплом проф. переподготовки; стоимость обучения: 159 000 руб.	– способность полностью понимать текст оригинала; учитывать культурные особенности обеих стран; – овладение техникой создания корректного текста перевода благодаря: правильному выбору и использованию словарей; работе со справочными источниками; учету стилистических норм; – способность взаимодействовать с заказчиком как для определения оптимальных условий работы, так и для решения переводческих задач	
3	«Общий французский» формат и срок обучения: очное, 30 часов; документ: сертификат; стоимость обучения: 14600 руб.	4,4 Регулярные занятия для более полного освоения французского языка. Программа изучения – французский в повседневной жизни для взрослых.	“Альянс Франсез” г. Нижний Новгород, ул. Ошарская 18/1
4	«Французский язык. Средний уровень» формат и срок обучения: очное /онлайн, 3 мес.; документ: сертификат; стоимость обучения: 13700 /11400 руб.	4,7 Speaking Planet – одна из крупнейших в России компаний- провайдеров в сфере образовательных услуг.	«Speaking Planet» Нижний Новгород, ул. Провиантская, 47 (этаж 5, офис 502)
5	«Французский язык» формат и срок обучения: очное, 4 месяца; документ: сертификат; стоимость обучения: 36000 руб.	4,8 В нашей школе вы сможете пройти эффективное обучение французскому языку на курсах четырех уровней (A1, A2, B1, B2), подготовиться к поездке, обучению во Франции или к сдаче международного экзамена DELF.	«Лэнгвидж Пик» г. Дзержинск, пр. Циолковского, 21Г (этаж 4)

2. Результаты исследования и их обсуждение

В ходе исследования проведен опрос на выявление потребности респондентов в курсах по иностранным языкам и их предпочтений в выборе клуба или школы для изучения французского языка. Изначально в опросе приняли участие 53 (пятьдесят три) человека.

¹ Составлено авторами

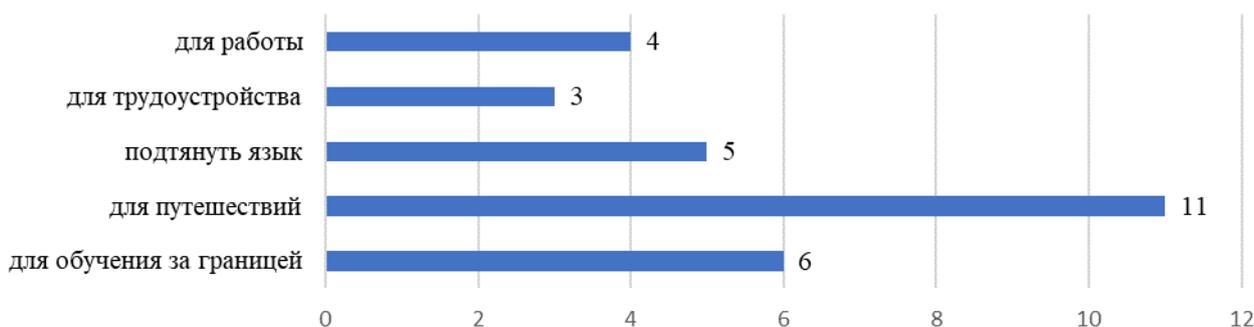
Основную часть респондентов (86,7%) составил молодой контингент в возрасте от восемнадцати до двадцати четырех лет. Также в опросе приняли участие люди в возрасте от двадцати пяти до тридцати лет – 6,7%, 31-40 лет – 3,3%, а также те, чей возраст составляет менее 18 лет – 3,3%. Люди, имеющие возраст выше 41, в опросе не участвовали.

В ходе опроса было выявлено, что большая часть респондентов, 83,3%, на момент опроса обучались в вузах. 6,7% не обучались или уже получили образование. Такое же количество составили учащиеся колледжей / техникумов. 3,3% из числа опрошенных обучались в школе.

Из 53 (пятидесяти трех) респондентов 30 человек (56,7%) ответили, что хотят изучать французский язык, 23 человека (43,3%) выбрали вариант ответа «нет». В связи с этим далее мы анализируем и описываем результаты ответов тридцати респондентов, готовых и желающих изучать французский язык, принимая 30 человек за 100%.

В результате опроса выявлена мотивация желающих изучать французский язык. Большая часть респондентов, 11 участников (36,6%), хотели бы изучать французский язык в связи с путешествиями. 6 человек (20%) планируют продолжить обучение за границей. Еще 20% хотели бы «подтянуть язык». 3 респондента (10%) хотят изучать язык для получения рабочего места, и четверо (13,3%) ответили, что язык необходим им для работы (Рис.1).

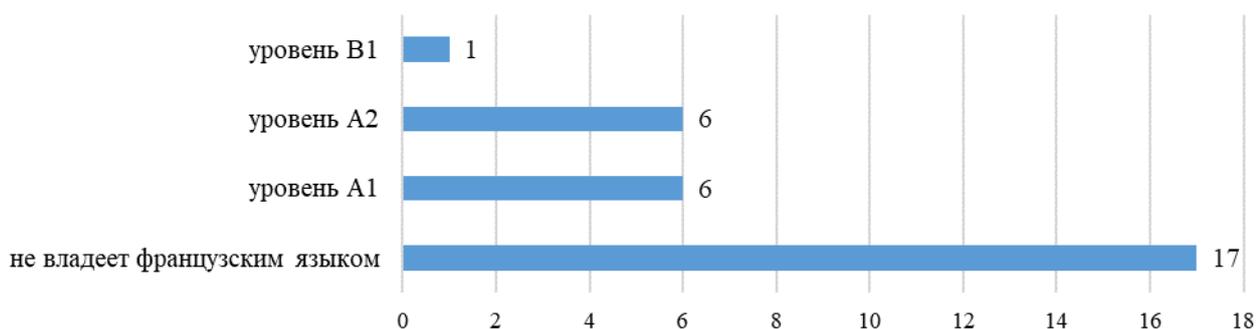
Рис. 1: Мотивы изучения французского языка респондентами, чел.²



Далее было определено, что на момент участия в опросе 17 респондентов (56,6%) не изучали французский язык ранее. 6 человек (20%) имеют начальный / стартовый уровень – А1 и другие 6 участников (20%) владеют французским языком на уровне А2 (допороговый расширенный) и лишь один участник опроса (3,3%) имеет уровень В1 – пороговый расширенный (Рис.2).

² Составлено авторами

Рис. 2: Уровень владения французским языком у респондентов, чел.³

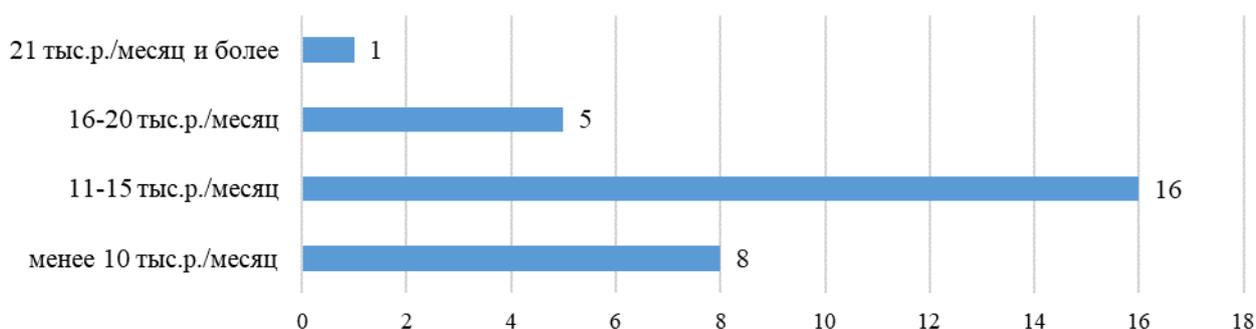


На вопрос «Хотели бы Вы побывать во Франции, Бельгии, Швейцарии и Канаде?» 26 опрошенных (86,7%) ответили «да», а 4 человека (13,3 %) – «нет».

В ходе опроса выявлено предпочтение потребителями формата обучения. Большинство респондентов – 19 человек (63,3%) – рассматривают очный формат обучения как самый удобный, другие 11 человек (36,7%) отдают предпочтение дистанционному формату. При этом большая часть респондентов в количестве 17 человек (56,7%) хотели бы изучать французский язык в небольших группах. 13 участников опроса (43,3%) отдают предпочтение индивидуальному обучению.

На вопрос о стоимости курсов были получены следующие результаты (Рис. 3). Стоимость курсов менее 10000 (десяти тысяч) рублей в месяц предпочтительна для 8 участников опроса (26,6 %). 11000-15000 (одиннадцать – пятнадцать тысяч) рублей в месяц готовы платить за обучение 16 респондентов (53,3%). 16000-20000 (шестнадцать - двадцать тысяч) рублей в месяц выбрали 5 участников (16,8%). Лишь один участник опроса (3,3%) готов оплачивать обучение стоимостью в месяц от 21000 (двадцать одна тысяча) рублей и более.

Рис. 3: Оптимальная стоимость курсов по мнению респондентов, чел.⁴



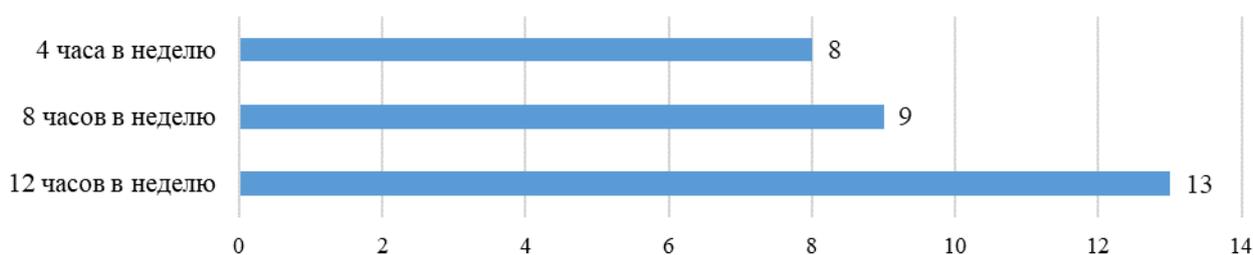
³ Составлено авторами

⁴ Составлено авторами

Среди опрошенных было выявлено, что самым предпочтительным документом по окончании курса является диплом. Это отметили 16 респондентов (53,3%). 7 участников (23,3 %) предпочли бы сертификат и 7 респондентов (23,3%) считают, что документ не имеет значения.

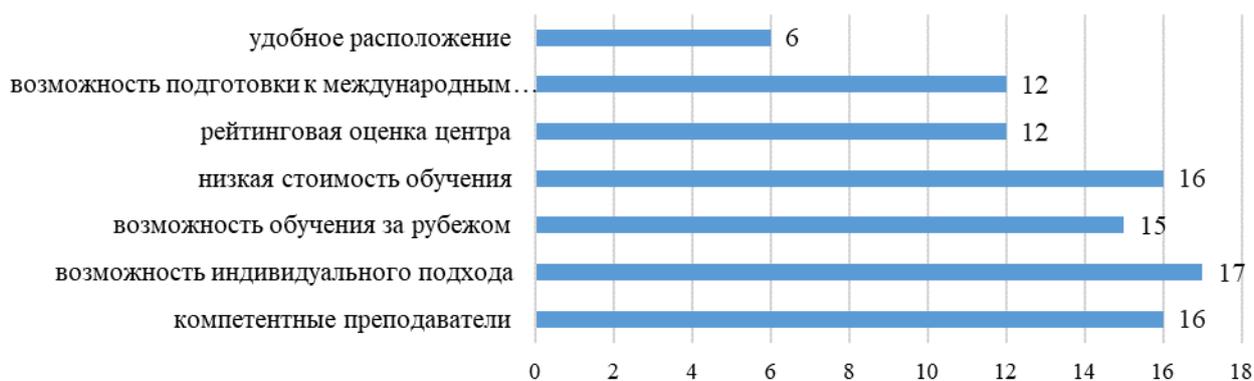
Результаты опроса показали, что большая часть респондентов, а именно 13 участников (43,3%) готовы заниматься иностранным языком 12 (двенадцать) часов / 3 раза в неделю, в то время как 9 респондентов (30%) считают оптимальным количеством 8 (восемь) часов / 2 раза в неделю. 8 опрошенных (26,6%) готовы изучать французский язык 4 (четыре) часа / 1 раз в неделю (Рис. 4).

Рис. 4: Время на обучение иностранному языку⁵



В результате опроса выявлены наиболее важные характеристики центров по изучению французского языка. Решающими критериями для выбора языковой школы являются: компетентные преподаватели – 53,3%; возможность индивидуального подхода – 56,7%; возможность обучения за рубежом (по обмену) – 50%; низкая стоимость курсов – 53,3%; рейтинговая оценка центра – 40%; возможность подготовки к международным экзаменам – 40%; удобное месторасположение – 20% (Рис. 5).

Рис. 5: Характеристики центра по изучению иностранного языка, важные для респондентов, чел.⁶



⁵ Составлено авторами

⁶ Составлено авторами

Заключение

В статье рассмотрены результаты исследования потребительского спроса на услуги центров иноязычного образования. Выделено и описано пять лучших лингвистических школ для изучения французского языка в Нижнем Новгороде и Дзержинске: ЦИО на базе НГПУ им. К. Минина, ЦИО на базе НГЛУ им. Н. А. Добролюбова и лингвистические центры «Альянс Франсез», «Speaking Planet» и «Language Peak».

Одним из лучших вариантов является «Speaking Planet» (<https://nnovgorod.speakingplanet.ru/>), поскольку данный языковой клуб имеет высокую рейтинговую оценку в 4,7 балла. При этом стоимость очного обучения за три месяца составляет 13700 (тринадцать тысяч семьсот) руб., что гораздо ниже, чем у конкурентов.

Проанализировав результаты опроса потребителей, можно прийти к выводу о том, что курсы французского языка пользуются спросом у респондентов. С помощью них можно «подтянуть язык», получить желаемое место работы или путешествовать.

Литература

1. Arkhipova, M.V.; Belova, E.E.; Gavrikova, Y.A.; Mineeva, O.A. The model of promoting professional and communicative foreign language competence of future engineers / Integrating Engineering Education and Humanities for Global Intercultural Perspectives. Proceedings of the Conference "Integrating Engineering Education and Humanities for Global Intercultural Perspectives". Conference series "Lecture Notes in Networks and Systems". 2020. Vol. 131. P.: 521-529.
2. Каракозова, Е.Н.; Шамоу, А.Н. Иноязычная информационная деятельность студента технического вуза // Вестник Мининского университета. 2023. Том 11. № 1 (42). С.: 4.
3. Цветкова, С.Е.; Малинина, И.А. Технология профессионально-иноязычной подготовки студентов с применением средств новых информационных технологий // Вестник Череповецкого государственного университета. 2015. № 4 (65). С.: 160-164.
4. Lebedeva, T.E.; Egorov, E.E.; Prokhorova, M.P.; Shkunova, A.A.; Chelnokova, E.A. Employee skills management: competitiveness in the digital economy // Cooperation and Sustainable Development. Conference proceedings. Cham. 2022. P.: 105-112.
5. Markova, S.M.; Bulaeva, M.N.; Bystrova, N.V.; Lapshova, A.V.; Tsyplakova, S.A. Economic Grounds for Integration of the Content of Vocational Education // Lecture Notes in Networks and Systems. 2020. Vol. 73. P.: 759-766.
6. Булганина, С. В.; Прохорова, М. П.; Шкунова, А. А. Исследование критериев выбора отелей потребителями услуг // Наука Красноярья. 2023. Том 12. № 3-3. С.: 18-22.

7. Кочина, П. Д.; Синева, Н. Л.; Булганина, С. В. Изучение критериев выбора услуг репетиторов // Russian Journal of Education and Psychology. 2023. Том 14. № 2-3. С.: 50-54.
8. Скосырева, А.Д.; Зимина, Т.О.; Булганина, С.В. Исследование критериев выбора исторических квестов студентами // Наука Красноярья. 2023. Том 12. № 3-3. С.: 61-66.
9. Ranjan, K.R.; Sugathan, P.; Rossmann, A. A narrative review and meta-analysis of service interaction quality: new research directions and implications // Journal of Services Marketing. 2015. Vol. 29. № 1. P.: 3-14.
10. Herziger, A.; Hoelzl, E. Underestimated Habits: Hypothetical Choice Design in Consumer Research // Journal of the Association for Consumer Research. 2017. Vol. 2. No.3. P.: 359-370.
11. Graesch, J.P.; Hensel-Börner, S.; Henseler, J. Information technology and marketing: an important partnership for decades // Industrial Management & Data Systems. 2021. Vol. 121 No. 1. P. 123-157.

THE STUDY ON CONSUMERS' DEMAND AND PREFERENCES FOR SERVICES PROVIDED BY LANGUAGE SCHOOLS

Svetlana Tsvetkova

PhD, Associate Professor of Foreign Languages Theory and Practice and Linguodidactics
Department in Nizhny Novgorod State Pedagogical University of Kozma Minin (Minin University)
Nizhny Novgorod, Russia

Olga Mineeva

PhD, Associate Professor of European Languages and Methodology of their Teaching Department
in Nizhny Novgorod State Pedagogical University of Kozma Minin (Minin University)
Nizhny Novgorod, Russia

Olga Soluyanova

PhD, Associate Professor of the Department of Foreign Languages and Professional
Communication in National Research Moscow State University of Civil Engineering
Moscow, Russia

Abstract. The significance of the paper relates to the fact that knowledge of the French language is one of the key factors of professional success on the international labor market. Therefore, future specialists and employees of industrial enterprises and firms might be interested in French courses

provided by centers for additional education. Conducting marketing research and surveys is necessary to improve educational services to meet potential clients' needs, society, and the labor market. The aim of this paper is to describe the results of the study examined consumer demand for services of centers of additional foreign language education organizing French courses. The theoretical basis was made up of materials from marketing research of consumer demand for services. Empirical methods include collection and processing of data about educational services; 2) determination of preference criteria and survey of people interested in learning foreign languages; 3) statistical processing and interpretation of the results of the survey conducted. In conclusion, five best language schools in the city of Nizhny Novgorod and the town of Dzershinsk where French can be learned were identified and described. The survey results revealed the fact that French courses are in demand among the respondents and that Speaking Planet is the most famous language school in Nizhny Novgorod where French is taught.

Keywords: survey of customers; foreign language; French; education; foreign language course; demand for Spanish courses; customers' preferences.

JEL codes: M31; L22; M10.

References

1. Arkhipova, M.V.; Belova, E.E.; Gavrikova, Y.A.; Mineeva, O.A. (2020) The model of promoting professional and communicative foreign language competence of future engineers // Integrating Engineering Education and Humanities for Global Intercultural Perspectives. Proceedings of the Conference "Integrating Engineering Education and Humanities for Global Intercultural Perspectives". Conference series "Lecture Notes in Networks and Systems". Vol. 131. P.: 521-529.
2. Karakozova, E.N.; Shamov, A.N. (2023) Foreign language information activity of a technical university student // Vestnik of Minin University. Vol. 11. no. 1. P.: 4.
3. Tsvetkova, S.E.; Malinina, I.A. (2015) Technology of professional foreign language training of students using new information technologies // Cherepovets State University Bulletin. № 4 (65). P.: 160-164.
4. Lebedeva, T.E.; Egorov, E.E.; Prokhorova, M.P.; Shkunova, A.A.; Chelnokova, E.A. (2022) Employee skills management: competitiveness in the digital economy // Cooperation and Sustainable Development. Conference proceedings. Cham. P.: 105-112.
5. Markova, S.M.; Bulaeva, M.N.; Bystrova, N.V.; Lapshova, A.V.; Tsyplakova, S.A. (2020) Economic Grounds for Integration of the Content of Vocational Education // Lecture Notes in Networks and Systems. Vol. 73. P.: 759-766.

6. Bulganina, S.V.; Prokhorova, M.P.; Shkunova, A.A. (2023) Research of criteria for the choice of hotels by consumers of services // *Krasnoyarsk Science*. Том 12. № 3-3. P.: 18-22.
7. Kochina, P.D.; Sineva, N.L.; Bulganina, S.V. (2023) Studying criteria for selecting tutoring services // *Russian Journal of Education and Psychology*. Vol. 14. No. 2-3. P.: 50-54.
8. Skosyreva, A.D.; Zimina, T.O.; Bulganina, S.V. (2023) Research of criteria for selection of historical quests by students // *Krasnoyarsk Science*. Vol. 12. No. 3-3. P.: 61-66.
9. Ranjan, K.R.; Sugathan, P.; Rossmann, A. (2015) A narrative review and meta-analysis of service interaction quality: new research directions and implications // *Journal of Services Marketing*. Vol. 29. № 1. P.: 3-14.
10. Herziger, A.; Hoelzl, E. (2017) Underestimated Habits: Hypothetical Choice Design in Consumer Research // *Journal of the Association for Consumer Research*. Vol. 2. No.3. P.: 359-370.
11. Graesch, J.P.; Hensel-Börner, S.; Henseler, J. (2021) Information technology and marketing: an important partnership for decades // *Industrial Management & Data Systems*. Vol. 121 No. 1. P.: 123-157.

Contact

Svetlana Tsvetkova

Nizhny Novgorod State Pedagogical University

1, st. Ulyanova, Nizhny Novgorod, 603950, Russia

svetlanatsvetkova5@gmail.com

Olga Mineeva

Nizhny Novgorod State Pedagogical University

1, st. Ulyanova, Nizhny Novgorod, 603950, Russia

[mineevaolga@gmail.com](mailto:mineevoalga@gmail.com)

Olga Soluyanova

National Research Moscow State University of Civil Engineering

26, highway Yaroslavl, Moscow, 129337, Russia

Soluyanova.olga@mail.ru