

Военный учебно-научный центр Военно-воздушных сил
«Военно-воздушная академия имени профессора Н.Е. Жуковского и Ю.А.
Гагарина» (г. Воронеж)

На правах рукописи

Макарова Елена Леонидовна

**ФОРМИРОВАНИЕ
КОМПЕТЕНЦИИ КОРПОРАТИВНОГО ОБЩЕНИЯ СПЕЦИАЛИСТА
СРЕДСТВАМИ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ**

13.00.08 - теория и методика профессионального образования

*Диссертация
на соискание ученой степени
кандидата педагогических наук*

Научный руководитель
доктор педагогических наук, профессор
В.В. Гладких

Воронеж – 2015

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1. Теоретико-методологические подходы к формированию компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий.....	17
1.1. Формирование компетенции корпоративного общения как психолого-педагогическая проблема.....	17
1.2. Содержание и структура компетенции корпоративного общения.....	41
1.3. Отличительные черты корпоративного обучения и его роль в процессе формирования компетенции корпоративного общения.....	62
1.4. Модель формирования компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий.....	79
Выводы по первой главе.....	106
Глава 2. Опытнo-экспериментальная работа по формированию компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий.....	111
2.1. Дидактические возможности средств информационно-коммуникационных технологий в формировании компетенции корпоративного общения.....	111
2.2. Педагогические условия формирования компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий.....	126
2.3 Описание и результаты опытнo-экспериментальной работы по формированию компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий.....	142
Выводы по второй главе.....	179
Заключение.....	181
Список литературы.....	186
Приложения.....	214

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. Современная Россия представляет собой поликультурное пространство, в котором вопросы межкультурного взаимодействия и взаимопонимания народов приобретают геополитический характер.

Новое мышление, экономические и политические деловые контакты открывают границы между государствами, способствуют установлению и поддержанию контактов как внутри страны, так и за рубежом, и в тоже время требуют от современного специалиста новых профессиональных и личностных качеств.

Многонациональные компании стали неотъемлемой частью российской действительности. В настоящее время рынок фриланс-услуг развит в Европе и Америке и стремительно развивается в России. Это глобальный рынок, где есть мировые заказчики и можно в любой точке мира найти себе работодателя. При современном уровне персональных электронных коммуникаций можно выполнять работу в России, например, для немецкой или австралийской фирмы. Сфера деятельности и география не имеют значения.

В процессе общения с менеджерами и сотрудниками иностранных компаний российские специалисты испытывают трудности, связанные с корпоративным общением. Во многом от того, насколько успешно специалисты осуществляют корпоративное общение в поликультурной команде, зависит также и успех их профессиональной деятельности. Эти положения изложены и в Федеральном законе РФ "Об образовании в Российской Федерации" № 273–ФЗ от 2014 г., концепции модернизации отечественного образования на период до 2010г. (продленное до 2015 г.). Таким образом, проведенный анализ и документы (Кодекс корпоративного управления Германии – Deutscher Corporate Governance Kodex в редакции от 24.06.2015, Кодекс корпоративного управления Российской Федерации в редакции от 21.03.2014 и др.) показали, что работодатели отдают предпочтение специалистам, которые владеют основами корпоративной культуры и компетенцией корпоративного общения. Актуальные потребности в сфере квалификации и компетентности сотрудников компании, а

также необходимость целенаправленного развития компетенций сотрудников компании повлекли за собой развитие системы непрерывного корпоративного обучения.

Все это позволяет рассматривать процесс формирования компетенции корпоративного общения специалиста как проблему, важную для теории и практики корпоративного обучения, пока еще не получившую должного рассмотрения в научных исследованиях.

Степень разработанности проблемы. Вопросам осмысления сущности понятий «компетенция» и «компетентность» в области педагогики и психологии посвящены исследования Н.В. Баграмова, Е.А. Боярского, Ж. Делора, Э.Ф. Зеер, С.И. Змеева, И.А. Зимней, Н.В. Кузьмина, О.Г. Ларионова, О.Е. Лебедева, Р.П. Мильруда, Л.А. Петровской, И.С. Халитовой и др.; понятия «компетенция» и «компетентность» широко рассматриваются в экономических исследованиях Д. Мак-Клелланда, Р. Мирабля, Г. Канака, Л. и С. Спенсера, С.Б. Пэрри, Т.В. Жаркова, А.В. Фоменко; проблема формирования ключевых компетенций глубоко исследована в отечественной науке В.С. Безруковым, Э.Ф. Зеер, И.А. Зимней, Р.П. Мильрудом, А.В. Хуторским и др. Вопросам «формирования корпоративных компетенций» посвящены работы зарубежных (Д. Мак-Клелланд, Г. Канака, Л. и С. Спенсер, С.Б. Пэрри, Б. Кларк, Г. Хофштеде, Г. Морган, А. Шелтен, Ж. Делор) и отечественных авторов (Н.В. Баграмов, В.А. Болотов, Е.А. Боярский, В.Г. Вольвач, С.И. Змеев, Н.В. Кузьмина, О.Г. Ларионова, О.Е. Лебедев, Н.Е. Мажар, Л.А. Петровская, И.С. Халитова и др.); различные аспекты содержания понятия «корпоративная культура» изучены в работах отечественных (А.О. Блинов, О.В. Василевская, В.И. Лапин, Т.Н. Персикова, А.И. Пригожин, В.А. Спивак, Е.Н. Юрьева) и зарубежных исследователей (М. Армстронг, К. Голд, Р. Моран, Ф. Харрис, Г. Хофштеде, Э. Шейн); проблемы корпоративного общения нашли отражение в трудах П.Я. Гальперина, Л.В. Занкова, И.А. Зимней, В.Б. Кашкина, В.А. Сластенина, Н.Ф. Талызиной, а также в работах М.В. Киселевой, А.К. Марковой, Т.Н. Персиковой, И.Н. Розин

ной, Л.П. Халяпиной, Ф. Шульца фон Тун, Т. Квастхоффа, Ф.А. Хазе, Б.Х. Шпицгерна и др.

Самостоятельную группу источников представляют исследования отечественных и зарубежных исследователей, в которых анализируется корпоративное обучение (М. Амстронг, Е. Бондаренко, Д. Кенни, А.В. Карпов, В.В. Кузнецов, М.И. Магура, Н.Д. Маншукова, М.Б. Курбатова, О.О. Киселева, М. Рэйд, И.М. Скитяева, В.Г. Шипунов, Д. Хинричс). В научной литературе широко представлены работы, посвященные различным аспектам использования информационно-коммуникационных технологий в качестве средства обучения, в числе которых можно отметить труды М. Аткинса, Ж. Брауна, М. Варшауэра, М.А. Бовтенко, А.Н. Богомолова, М.Ю. Бухаркиной, Л.А. Дунаевой, Н.В. Елашкиной, Н.В. Волынкиной, В.В. Гладких, Б.С. Гершунского, И.Г. Захаровой, В.А. Извозчикова, С.М. Кашук, М. Корчажкиной, П.И. Образцова, Е.С. Полат, П.В. Сысоева, С.В. Титовой, И.И. Халеевой, А.В. Хуторского, Т.М. Шапошниковой и др.

При этом специального изучения процесса формирования компетенции корпоративного общения специалистов средствами информационно-коммуникационных технологий до сих пор не проводилось.

Исходя из вышесказанного можно сформулировать основные **противоречия**:

– между необходимостью формирования компетенции корпоративного общения специалиста и отсутствием разработанной модели ее формирования средствами информационно-коммуникационных технологий;

– между дидактическими возможностями средств информационно-коммуникационных технологий и недостаточной практической реализацией их в процессе формирования компетенции корпоративного общения;

– между необходимостью оценки уровня сформированности компетенции корпоративного общения и отсутствием критериев, позволяющих определить данный уровень.

Научная задача исследования заключается в разработке модели формирования компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий.

Актуальность проблемы определила выбор **темы** диссертационного исследования: «Формирование компетенции корпоративного общения специалиста средствами информационно-коммуникационных технологий».

Объект исследования – формирование компетенции корпоративного общения.

Предмет исследования – формирование компетенции корпоративного общения специалиста средствами информационно-коммуникационных технологий в процессе корпоративного обучения.

Цель исследования – разработка и экспериментальная проверка модели формирования компетенции корпоративного общения специалиста средствами информационно-коммуникационных технологий.

В соответствии с объектом, предметом и целью исследования были определены **следующие задачи**:

- уточнить на основе анализа психолого-педагогической литературы содержание понятия «компетенция корпоративного общения»;
- разработать модель формирования компетенции корпоративного общения, определить формы, методы и средства, которые будут способствовать формированию компетенции корпоративного общения; экспериментально проверить эффективность разработанной модели;
- проанализировать дидактические возможности информационно-коммуникационных технологий в процессе формирования компетенции корпоративного общения;
- выявить отличительные черты корпоративного обучения;
- обосновать педагогические условия, необходимые для успешного формирования компетенции корпоративного общения.

В качестве **гипотезы исследования** выступает предположение о том, что формирование компетенции корпоративного общения специалиста будет осуществляться успешно, если будет:

– уточнено содержание понятия «компетенция корпоративного общения» и определено его соотношение с таким понятием, как «корпоративная культура», что будет способствовать пониманию сути данного явления;

– разработана модель формирования компетенции корпоративного общения, включающая цель, подходы и принципы, структурные компоненты, критерии оценки, методы, формы, средства, этапы формирования и уровни сформированности компетенции корпоративного общения;

– проанализированы дидактические возможности средств информационно-коммуникационных технологий в процессе формирования компетенции корпоративного общения, обеспечивающие повышение мотивации сотрудников, создание благоприятного внутрикорпоративного климата, что положительно сказывается на формировании компетенции корпоративного общения;

– выявлены отличительные черты корпоративного обучения, что позволит скорректировать процесс формирования компетенции корпоративного общения в соответствии с потребностями компании;

– обоснованы педагогические условия, способствующие эффективности процесса формирования компетенции корпоративного общения.

Методологическую основу исследования составили: *системный подход*, позволивший рассмотреть формирование компетенции корпоративного общения как систему взаимосвязанных компонентов: цель, субъекты, содержание, формы, методы и средства обучения (Ю.К. Бабанский, В.И. Журавлев, В.И. Загвягинский, В.С. Ильин, Н.В. Кузьмина и др.); *компетентностный подход*, обеспечивающий ориентацию обучения на формирование компетенции корпоративного общения (В.И. Байденко, П.Я. Гальперин, В.В. Давыдов, И.А. Зимняя, Г.И. Ибрагимов, В.А. Кальней, А.М. Новиков, М.В. Пожарская, С.Е. Шишов, А.В. Хуторской, В.Д. Шадриков и др.); *коммуникативно-деятельностный подход*, предполагающий направленность формирования компетенции корпо-

ративного общения на организацию интенсивной, постоянно усложняющейся деятельности с учетом познания сущности и закономерностей корпоративного общения (И.А. Зимняя, Г.А. Китайгородская, А.Н. Леонтьев, С.Л. Рубинштейн и др.); *личностно-ориентированный подход* к обучению, утверждающий восприятие обучающегося как активного участника и партнера в образовательном процессе (Д.А. Белухин, Е.В. Бондаревская, М. Боуэн, К. Роджерс, В.В. Сериков, И.С. Якиманская и др.); *коллаборативный подход*, обеспечивающий групповую работу обучающихся в тесном сотрудничестве с преподавателем, в ходе которого осуществляется корпоративное общение (М. Варшауер, Г.К. Гедро, Т. Джонс, Е.А. Косова, С. Маэрс, Л. Портер, Р. Росс, Р. Славин, М. Сапон-Шеви, Н. Шнивенд и др.).

Теоретическую основу исследования составили:

– разработки в области технологий корпоративного обучения (В. Бартц, В.М. Зуева, Ю.П. Кристова, С. Лютгенс, П.М. Новикова, А.Л. Симбирева, В.А. Саакова, Дж. Хинричс, Х. Шайбл, Д. Штаэрки др.);

– исследования, посвященные корпоративной культуре (А.О. Блинов, О.В. Василевская, В.И. Лапин, А.Р. Пригожин, Е.Н. Юрьева, Т.Н. Персикова, М. Армстронг, Ф. Харрис, Р. Моран и др.);

– исследования в области профессиональных компетенций (А.С. Белкин, Э.Ф. Зеер, А.К. Маркова, А.В. Мудрик, Н.В. Кузьмина, А.М. Новиков, Е.Э. Смирнова) и деловой коммуникации (М.Н. Вятютнев, И.А. Зимняя, В.В. Кан-Калик, В.Д. Ширшов),

– ведущие положения теории коммуникации (Н.Л. Арутюнова, П. Вундерлих, Ю.Н. Караулов, В.В. Петров и др.); теории информационного общества (Д. Белл, Дж. Гэлбрейт) и теории коммуникационных технологий (Г.М. Маклюэн);

– научные исследования отечественных и зарубежных авторов, затрагивающие вопросы корпоративного общения (М.В. Киселева, А.К. Маркова, Т.Н. Персикова, И.Н. Розина, Л.П. Халяпина, Шульц фон Тун, Т. Квастхофф, Ф.А. Хазе, Б.Х. Шпицгерн и др.);

– разработки в области формирования ключевых компетенций (В.С. Безруков, Э.Ф. Зеер, И.А. Зимняя, Р.П. Мильруд, А.В. Хуторской и др.), корпоративных компетенций (Д. Мак-Клелланд, Г. Канак, Л. и С. Спенсер, С.Б. Пэрри, Б. Кларк, Г. Хофштеде, Г. Морган, А. Шелтен, Ж. Делор, Н.В. Баграмова, В.А. Болотова, Е.А. Боярский, А.А. Вербицкий, В. Г. Вольвач, С.И. Змеев, Н.В. Кузьмина, О.Г. Ларионова, О.Е. Лебедев, Н.Е. Мажар, Л.А. Петровская, И.С. Халитова и др.);

– научные исследования, посвященные вопросам обучения с применением средств информационно-коммуникационных технологий (М.А. Бовтенко, А.Н. Богомолов, Н.В. Елашкина, Н.В. Волюнкина, В.В. Гладких, Б.С. Гершунский, И.Г. Захарова, В.А. Извозчиков, С.М. Кащук, Е.С. Полат, П.В. Сысоев, С.В. Титова, И.И. Халеева, Т.М. Шапошникова и др.), создания и использования компьютерных средств обучения (А.И. Башмаков, И.Г. Захарова, К.К. Колин, П.И. Образцов, И.В. Роберт, А.В. Соловов, Ю.Г. Татур и др.).

Методы исследования:

– теоретические, включающие изучение и анализ философской, социологической, педагогической, психологической литературы: сравнительно-сопоставительный метод, ретроспективный анализ, обобщение, сравнение, прогнозирование, систематизация, моделирование;

– эмпирические: анкетирование, наблюдение, опрос, интервью, тестирование, изучение педагогического опыта, констатирующий и формирующий эксперименты;

– статистические методы обработки данных.

Опытно-экспериментальная база исследования – немецкая компания ООО Айзак Консалтинг (ISACCConsultingGmbH), Германия, Мюнхен, и Воронежский филиал «Воронеж ГИПРОДОРНИИ» ОАО «ГИПРОДОРНИИ», Россия, Воронеж. Участники эксперимента – сотрудники компании ООО Айзак Консалтинг и сотрудники Воронежского филиала «Воронеж ГИПРОДОРНИИ» ОАО «ГИПРОДОРНИИ», всего 80 респондентов.

Этапы исследования. Исследование проводилось с 2010 по 2015 гг. и включало в себя:

первый этап (2010–2012 гг.) – изучение научной и психолого-педагогической литературы по проблеме формирования компетенции корпоративного общения, выявление степени ее разработанности, определение предмета, цели и задач исследования, противоречий, выдвижение гипотезы;

второй этап (2012–2014 гг.) – разработка модели формирования компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий, определение педагогических условий, при которых будет достигаться полная реализация модели формирования компетенции корпоративного общения, проведение констатирующего и формирующего этапов опытно-экспериментальной работы по проверке эффективности разработанной модели и педагогических условий;

третий этап (2014–2015 гг.) – окончание опытно-экспериментальной работы, обобщение и систематизация данных теоретической и экспериментальной работы, проверка основных положений гипотезы, оформление результатов исследования.

Достоверность научных результатов и выводов обеспечивается методологической обоснованностью концептуальных положений, связанных с системным, компетентностным, коммуникативно-деятельностным подходом, лично-ориентированным, коллаборативным подходами, использованием совокупности апробированных, взаимодополняющих методов исследования, адекватных его предмету, задаче и логике, сочетанием качественного и количественного анализа, целенаправленной опытно-экспериментальной проверкой гипотезы, корректным применением методов статистической обработки данных.

Научная новизна исследования:

– уточнено содержание понятия «*компетенция корпоративного общения*», которое понимается нами как совокупность знаний, умений, опыта, мотивов и ценностей, необходимых сотрудникам многонациональной компании для осуществления поликультурного общения, в деловой и производственной сфере деятельности компании, с использованием разнообразных технических средств коммуникации;

– разработана модель формирования компетенции корпоративного общения, включающая цель, критерии сформированности компетенции корпоративного общения, формы, методы и средства, этапы формирования и уровни компетенции корпоративного общения, определены и содержательно охарактеризованы структурные компоненты компетенции корпоративного общения: когнитивный, операциональный, мотивационно-ценностный и рефлексивный;

– проанализированы дидактические возможности средств информационно-коммуникационных технологий, способствующие формированию компетенции корпоративного общения;

– выявлены отличительные черты корпоративного обучения, позволяющие спроектировать процесс формирования компетенции корпоративного общения в соответствии с потребностями компании;

– обоснованы педагогические условия формирования компетенции корпоративного общения, при соблюдении которых этот процесс происходит эффективно.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что его результаты вносят вклад в развитие теории профессионального обучения: расширено представление о компетенции корпоративного общения; обоснованы и содержательно охарактеризованы структурные компоненты компетенции корпоративного общения; разработанная модель формирования компетенции корпоративного общения может служить теоретической основой организации данного процесса как в иностранной, так и в российской компании; выявленные педагогические условия способствуют более успешному формированию компетенции корпоративного общения.

Практическая значимость исследования определяется созданием модели формирования компетенции корпоративного общения, которая является основой организации процесса корпоративного обучения. Разработанный методический инструментарий диагностики формирования компетенции корпоративного общения специалиста, включающий задания, анкеты, тесты, деловые и ролевые игры с использованием информационно-коммуникационных технологий может

быть использован в процесс корпоративного обучения различных компаний. Подготовленный и апробированный тренинг «Основы корпоративной культуры и корпоративного общения» может быть использован в качестве практического обеспечения процесса формирования компетенции корпоративного общения. Полученные в исследовании результаты (критерии, уровни сформированности компетенции корпоративного общения) используются в процессе корпоративного обучения в немецкой компании ООО Айзак Консалтинг и в Воронежском филиале «Воронеж ГИПРОДОРНИИ» ОАО «ГИПРОДОРНИИ» с целью формирования компетенции корпоративного общения.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Компетенция корпоративного общения определяется нами как совокупность знаний, умений, опыта, мотивов и ценностей, необходимых сотрудникам многонациональной компании для осуществления поликультурного общения, в деловой и производственной сфере деятельности компании, с использованием разнообразных технических средств коммуникации. Важными характеристиками компетенции корпоративного общения для нашего исследования являются ее поликультурность и виртуальность.

2. Модель формирования компетенции корпоративного общения включает:

- цель: формирование компетенции корпоративного общения;
- методологические подходы: компетентностный, системный, коммуниктивно-деятельностный, личностно-ориентированный и коллаборативный;
- принципы: гуманизма, проблемности, сознательной активности, позитивного корпоративизма, трансцедирования;
- структурные компоненты: мотивационно-ценностный: мотивы, цели, ценностные установки специалиста, ориентация специалиста на ценностное принятие профессиональной деятельности в рамках компании, а также развитие специалиста как полноценного члена компании; когнитивный: усвоение знаний корпоративной культуры, стратегии и тактики диалогового и группового кор-

поративного общения, а также этических и этикетных норм различных стран при ведении корпоративного общения; операциональный: формирование умений моделирования ситуации реальной корпоративной коммуникации, а также операции и действия, связанные с использованием средств информационно-коммуникационных технологий; рефлексивный: умение оценить уровень своей корпоративной компетенции; осознание себя в качестве носителя корпоративной культуры компании;

- уровни: репродуктивный (низкий уровень); продуктивный (средний уровень) и креативный (высокий уровень);

- методы: метод видео- и телекоммуникационных проектов, кейс-метод, видеообучение, тренинг, метод сторителлинг, баскет-метод и формы формирования компетенции корпоративного общения: деловая и ролевая игра с использованием программы Skype, групповые телекоммуникационные проекты, совместные разработки, модульные технологии, дискуссии, видеодebаты, видеоконференции;

- средства формирования компетенции корпоративного общения: информационно-коммуникационные технологии (телекоммуникационные средства Internet, программные и аппаратные средства).

3. Информационно-коммуникационные технологии при формировании компетенции корпоративного общения обладают следующими дидактическими возможностями:

- организации виртуального корпоративного общения в форме конференций, в том числе в режиме реального времени (незамедлительная обратная связь между пользователями средствами информационно-коммуникационных технологий);

- развития речевых умений, в том числе и на иностранном языке, необходимыми для формирования компетенции корпоративного общения;

- приобретения аутентичного опыта корпоративного общения и свободный обмен мнениями с иностранными партнерами;

- хранения, обработки материалов корпоративного общения, а также обмена данными материалами между партнерами по корпоративному общению;

- перенесения полученных материалов корпоративного общения на собственный носитель, вывода на печать и самостоятельной работы с ними в удобное время.

4. Корпоративное обучение характеризуется следующими отличительными чертами:

- в корпоративном обучении участвуют все сотрудники компании независимо от занимаемой должности;

- основополагающей базой для корпоративного обучения является профессиональное образование и опыт работы в компании;

- корпоративное обучение базируется на активных методах обучения с использованием современных информационно-коммуникационных технологий;

- корпоративное обучение носит мобильный характер, поскольку проходит на рабочем месте, и, при использовании информационно-коммуникационных технологий, не зависит от местонахождения сотрудника компании;

- корпоративное обучение ориентировано на формирование корпоративных компетенций сотрудника компании, т.е. на повышение эффективности деятельности компании;

- корпоративное обучение оперативно реагирует на изменения, происходящие в обществе, экономике и самой компании;

- корпоративное обучение базируется на корпоративной культуре компании, т. е. помимо формирования корпоративных компетенций направлено на формирование ценностей, убеждений и мировоззрения сотрудников компании;

- корпоративное обучение повышает конкурентоспособность сотрудника, мотивируя его на формирование потребности овладения новыми компетенциями, поскольку после приобретения им новой компетенции повышается его конкурентоспособность.

5. Педагогическими условиями, способствующими более эффективному формированию компетенции корпоративного общения, выступают:

- мотивационная готовность сотрудников компании к применению информационно-коммуникационных технологий в процессе формирования компетенции корпоративного общения;
- вовлечение сотрудников компании в различные виды корпоративного общения на основе средств информационно-коммуникационных технологий;
- осуществление поэтапного формирования компетенции корпоративного общения;
- создание преподавателем благоприятной атмосферы корпоративного общения и отношение к сотрудникам компании как субъектам формирования компетенции корпоративного общения;
- наличие стабильной корпоративной культуры компании;
- организация процесса формирования компетенции корпоративного общения на основе накопленного опыта работы в компании;
- непрерывный мониторинг сформированности компетенции корпоративного общения сотрудников компании.

Апробация и внедрение результатов исследования осуществлялись в процессе экспериментальной работы в немецкой компании ООО Айзак Консалтинг, Мюнхен, Германия, и в Воронежском филиале «Воронеж ГИПРОДОРНИИ» ОАО «ГИПРОДОРНИИ», Россия, Воронеж. Основные результаты исследования обсуждались на международных и всероссийских научно-практических конференциях:

международных – III Международной научно-практической конференции «Роль науки в развитии общества» (г. Хургада, Египет, 2011), «IV Международной научно-практической конференции «Наука на рубеже тысячелетия» (Санта-Сусанне– Барселона, Испания, 2012); Международной научно-методической конференции «Актуальные вопросы лингвистики и методики преподавания иностранного языка в системе медвузовской и вузовской подготовки» (Нижний Новгород, 2013); Международной научно-методической конференции «Воспитательная деятельность в вузе: проблемы, эффективность, качество» (Воронеж, 2013).

всероссийских – Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых и специалистов, посвященной 100-летию ВГАУ имени Петра I «Инновационные технологии и технические средства для АПК» (Воронеж, 2011); 5 Всероссийской научно-практической конференции неязыковых вузов на базе ВГИФК (Воронеж, 2012); 6, 7 Всероссийской научно-практической конференции неязыковых вузов на базе ВГИФК «Актуальные проблемы и современные технологии преподавания иностранных языков в неспециальных вузах» (Воронеж, 2013, 2014), IV, V Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции «Межкультурная коммуникация как фактор развития профессиональной компетенции студентов» (Белгород, 2013, 2014).

Результаты диссертационного исследования отражены в 21 публикации, в том числе в журналах, входящих в реестр ВАК РФ.

Структура диссертационной работы. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка и приложений.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ КОМПЕТЕНЦИИ КОРПОРАТИВНОГО ОБЩЕНИЯ СРЕДСТВАМИ ИНФОРМАЦИОННО- КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

1.1. Формирование компетенции корпоративного общения как психолого-педагогическая проблема

Происходящим трансформациям в сфере современного бизнеса сопутствуют изменения в сфере адаптации организаций к новым ситуациям. Перед работодателями стоит вопрос: осуществлять ли переподготовку сотрудников своей организации или принимать на работу уже подготовленных специалистов. Предпочтение отдается, как правило, первому варианту – корпоративному непрерывному образованию, основанному на компетентностном подходе.

Под компетентностным подходом понимается направленность образования на развитие личности обучающегося в результате формирования у него компетентностей посредством решения профессиональных и социальных задач в образовательном процессе [91, с. 23].

Теоретико-методологической основой феномена компетентностного подхода являются работы ведущих российских ученых В. Болотова, Р.М. Грановской, И.А. Зимней, Е.Я. Когана, В.А. Кальней, Э.М. Коротков, А.М. Новикова, В.В. Серикова, А.В. Хуторской, С.Е. Шишова и др.

По мнению Э.М. Короткова, компетентностный подход включает в себя: модель специалиста, построенную по принципам формирования компетенций (содержание и технологии обучения) как результата образования; государственный образовательный стандарт; образовательную программу и модульный учебный план; планирование и оценку трудоемкости учебного процесса; многокритериальную оценку достижений сотрудника; оценку компетентности; управление системой профессиональной подготовки специалиста [104].

Целью образования в рамках компетентностного подхода становится «... научить человека что-то делать, приобрести профессиональную квалификацию, дать ему возможность справляться с различными деловыми и жизненными ситуациями и работать в группе» [218].

В профессиональном образовании усиливается тенденция к переориентации результата образовательного процесса с понятия «знания, умения, навыки» на понятие «компетенция – компетентность» обучающихся.

Понятие «компетенция» происходит от латинского *competo* – «соответствовать, подходить, добиваться»; в словаре иностранных слов оно определяется как: 1) круг полномочий какого-либо органа или должностного лица; 2) круг вопросов, в которых данное лицо обладает познанием, опытом.

Понятия «компетентность» и «компетенция» относятся к классу таких понятий, которые не имеют единственно верного толкования. Практически каждый исследователь в этой области предлагает собственное определение.

Нам важно было обратиться к работам исследователей в сфере экономики, психологии, педагогики, чтобы определить понятие «компетенция» с точки зрения этих наук.

Так, в работах зарубежных экономистов под компетенцией понимают основную характеристику личности, обладатель которой способен добиться высоких результатов в работе [250].

Компетенция – базовое качество индивидуума, имеющее причинное отношение к эффективному и/или наилучшему на основе критериев исполнения в работе или в других ситуациях [187].

По мнению Д. Макклелланда [223], понятию «компетенция» соответствуют любые характеристики, обеспечивающие успешную деятельность. Ученый понимает под компетенцией профессиональную и непрофессиональную «деятельность» индивида.

В определении, предложенном R.J. Mirabile [255], перечисляются различные элементы, которые обеспечивают формирование компетенций, в частности выполнение профессиональной деятельности на высоком уровне.

Понятие «компетенция» в определении, предложенном R.J. Mirabile, отождествляется то с понятием «знание», то с понятием «навык», а возможно, с понятием «способность» или «характеристика», поскольку взаимосвязь всех этих понятий в толковании ученого четко не представлена. Данное определение является примером узкого подхода к пониманию «деятельность» в отношении понятия «компетенция». Наличие компетенции должно подразумевать высокий уровень выполнения деятельности, но при этом, по мнению ученых, данная деятельность должна быть профессиональной.

В работе S.V. Parry [260] под компетенцией понимается группа знаний в определенной области (related knowledge), навыков и отношений, которые влияют на значительную часть профессиональной деятельности (роли или зоны ответственности), которые связаны с выполнением деятельности, могут быть измерены вопреки принятым стандартам (against well-accepted standards) и развиты через обучение. Элементы понятия «компетенция» представлены не как отдельные и взаимосвязанные между собой, а как единое целое – группа, возможно, даже система, хотя из определения этого не следует, только в совокупности всех элементов обеспечивающая компетенцию. В своем определении S.V. Parry обращается к профессиональной деятельности вообще, а не только к профессиональной деятельности, выполняемой на высоком уровне, что расширяет понятие «компетенции». В то же время расплывчатость понятия «обучение» в конце определения может существенно сузить предлагаемое понятие «компетенции», если под обучением мы будем понимать только его классическую форму. Также необходимо отметить, что некоторые компетенции, например относящиеся к социальной или психологической сфере, измеряются с трудом или вообще не могут быть измерены, поэтому привязка компетенций к обязательной измеримости их по общепринятым стандартам существенно сокращает их круг и не позволяет получить целостной картины.

Г. Каннак определил компетенцию как рациональное сочетание знаний и способностей, рассматриваемых на небольшом промежутке времени, которыми обладают работники данной организации. В определении, предложен-

ном Г. Каннаком [223], следует отметить две интересные особенности. Во-первых, обращается внимание на обязательность рационального сочетания знаний и способностей, хотя не совсем ясно, что понимается под способностями, а для определения сути рассматриваемого явления этот момент является достаточно важным. Во-вторых, знания и способности анализируются на небольшом промежутке времени. По мнению автора, в данном им определении понятие «компетенция» тождественно сочетанию «знания – способности», что сужает его сущность, учитывая предыдущие трактовки. Однако рациональность сочетания знаний и способностей, рассматриваемых, скорее, как сочетание теоретической и практической, а также физиологической и психологической составляющих индивида, представляется очень важным требованием к эффективному формированию компетенции, поскольку любые нарушения в рациональности данных составляющих неизбежно будут приводить к неэффективному использованию трудового потенциала. Временной компонент в условиях значительной скорости устаревания знаний, а также умений, навыков и способностей в целом необходимо учитывать. Хотя, по мнению ученого, временной интервал, в течение которого компетенции теряют актуальность, для различных компетенций неодинаков [80, с. 291].

Согласно определению Лайл М. Спенсер-мл. и Сайн М. Спенсер [187], в понятии «компетенция» выделяются три основных элемента. Первый подразумевает наличие особых качеств, являющихся частью человеческой личности и определяющих поведение индивида в тех или иных специфических условиях – базовые качества. Второй подразумевает определенное действие, приводящее к конкретному результату – причинные отношения при этом заключаются в том, что обусловленное действие является только частью компетенций, а не подменяет ее. Третий элемент – компетенция определяется на основе критериев или стандартов, что в известной мере объединяет толкования Лайл и Сайн Спенсер и С.Б. Пэрри [187; 260]. Однако в определении Лайл и Сайн Спенсер не указывается, что данные критерии должны быть обязательными общепринятыми стандартами, хотя говорится о конкретности критерия и, как правило, подразуме-

меваются его количественное измерение, что не всегда возможно. Определение Лайл и Сайн Спенсер расширяет суть понятия «компетенция», толкуя его как непрофессиональную деятельность, однако при этом отрицается зависимость компетенции от таких понятий, как знания, умения, навыки, что позволяет предположить, что в данном определении компетенция рассматривается как качество, на которое слабо влияет процесс обучения.

Таким образом, под компетенцией в экономических науках понимается сочетание знаний и способностей, сформированных в процессе образования и востребованных работниками организации в собственной профессиональной деятельности.

Вопросам осмысления понятий «компетенция» и «компетентность» посвящено множество исследований в области педагогики и психологии, среди ученых, интересовавшихся указанной проблемой, можно назвать: Н.В. Баграмову, В.А. Болотову, Е.А. Боярского, А.А. Вербицкого, Ж. Делора, Э.Ф. Зеера, С.И. Змеева, И.А. Зимнюю, Н.В. Кузьмину, О.Г. Ларионову, О.Е. Лебедева, Н.Е. Мажар, Р.П. Мильруд, Л.А. Петровскую, И.С. Халитову и др.

«Компетентность», по мнению И.С. Халитовой [207, с.12], отражает конечный результат, свидетельствующий об эффективности деятельности сотрудника, о его способности достигать поставленных целей в работе. Оценка компетентности сотрудника основана на профессиональных стандартах, на его способности справляться с должностными обязанностями. Для того чтобы продемонстрировать компетентность, необходимо проявить компетенции – модели поведения, позволяющие быть компетентным. Таким образом, компетентность обычно характеризуют как способность решать рабочие задачи, а компетенции – как стандарты поведения, обеспечивающие эту способность. «Компетенция» является производным понятием от компетентности и обозначает сферу приложения знаний, умения и навыков человека, в то время как «компетентность» – семантически первичная категория и представляет их интериоризованную (преобразованную в личностный опыт) совокупность, систему, некий «знаниевый» багаж человека. Отсюда «компетентный» в своем деле человек означает «осве-

домленный, являющийся признанным знатоком в каком– либо вопросе, авторитетный, полноправный, обладающий кругом полномочий, способный». Отличие компетенции от компетентности состоит в том, что компетенция представляет собой институциональное понятие, определяющее статус какого– либо лица, компетентность же в свою очередь является понятием функциональным.

Иначе говоря, компетентность – интегрированная характеристика качеств личности, результат подготовки выпускника вуза для выполнения деятельности в определенных областях (компетенциях) [207]. Компетентность всегда есть актуальное проявление компетенции.

По мнению А.К. Марковой [121], слово «компетенция» является синонимом профессионализма и обозначает определенный круг вопросов, которые человек уполномочен решать.

А.П. Садохин считает, что понятие «компетенция» выражает содержание того или иного вида, совокупность объективных условий, определяющих возможности и границы реализации компетентности индивида. В своей практической жизнедеятельности каждый человек связан с окружающим миром многочисленными отношениями самого разного характера. Каждое из них требует от индивида определенных знаний, навыков и способностей, чтобы эти отношения сохранять, поддерживать и развивать, чтобы не быть инородным телом в этом мире [177], то есть обладать различными компетенциями.

Под «компетенцией» понимается общая способность и готовность личности к деятельности, основанная на знаниях и опыте, которые приобретены благодаря обучению, ориентированы на самостоятельное участие личности в учебно-познавательном процессе, а также направлены на ее успешное включение в трудовую деятельность [78; 87; 90; 101; 147; 194; 221].

А.В. Хуторской дал следующее определение понятию «компетенция»: «Компетенция – отчужденное, заранее заданное социальное требование (норма) к образовательной подготовке ученика, необходимой для его эффективной продуктивной деятельности в определенной сфере. Компетентность – владение, обладание учащимся соответствующей компетенцией, включающее его лично-

стное отношение к ней и предмету деятельности. Компетентность – уже состоявшееся качество личности (совокупность качеств) учащегося и минимальный опыт деятельности в заданной сфере [215].

По определению В.С. Леднева, «компетенция является сферой отношений, существующих между знанием и действием в человеческой практике» [66, с. 59].

Понятие компетенции может включать формальную квалификацию, а также такие элементы, как способность “переноса” умений и знаний в новую профессиональную ситуацию или способность к инновациям. Уровень компетенции может оцениваться по способности человека использовать имеющиеся у него умения.

Компетентность – это сложный синтез когнитивного, предметно– практического и личностного опыта [30]; это качество, которое приобретается в процессе жизни учащихся вместе с их жизненным опытом [15, с. 16].

В отечественной психологии термин «компетенция» получил пояснительный характер: в него включается не только совокупность знаний, необходимых для решения какого– либо вопроса, но и знание возможных последствий конкретного способа действий [29].

Компетенция определяется как совокупность знаний, навыков и умений, формируемых в процессе обучения той или иной дисциплине, а также способность к выполнению определенной деятельности на основе полученных знаний, умений и навыков [15, с. 18].

Понятие «компетенция», по определению Е.Н. Ткаченко [196], выражается в поведении людей на рабочем месте, то есть определяет, что люди делают и как они это делают.

Определение, предложенное Е.Н. Ткаченко на основе определения Кемпбелла, рассматривает компетенции как «нужные» линии поведения исходя из результата. В этом случае, во-первых, возникает относительность сущности компетенций, поскольку понятие «результат», в зависимость от которого они поставлены, тоже относительно. Во-вторых, компетенции, по сути, приравнены

к понятию «рабочее поведение». При этом необходимо отметить, что в предложенных Е.Н. Ткаченко [196] определениях оценена роль знаний, умений и навыков в компетенции, а также привлечено внимание к необходимости проявления гибкости в использовании способностей индивида.

В исследованиях Т.В. Жарковой и А.В. Фоменко [80] компетенция понимается как система, включающая ряд взаимосвязанных и взаимозависимых элементов, под которыми в большинстве случаев подразумеваются знания, умения, навыки, личностные качества, причем имеющие как наследственное, так и приобретенное происхождение.

Также в ряде определений понимание системности усиливается за счет рассмотрения понятия «отношения», формирующего, как правило, связь элементов между собой и между элементами и внешней средой. Иногда понятие «отношения» детализируется в понятиях «координация», «контроль», «структура». Также указывается на необходимость рационального соотношения между элементами, формирующими компетенции [80].

В работе Т.Б. Гребенюк компетенция представляет собой комплексный феномен, совокупность взаимосвязанных смысловых ориентаций, знаний, умений, навыков и опыта деятельности обучаемого, необходимых для того, чтобы осуществлять лично и социально значимую продуктивную деятельность по отношению к объектам реальной действительности [67, с. 9].

По мнению И.А. Зимней, компетенцию можно рассматривать как объективное явление, заданное обществом, обусловленное уровнем его развития, а также уровнем развития экономической, производственной, культурной, образовательной и других сфер [89].

Из множества определений компетенции, представленных в психолого-педагогической и экономической литературе, мы отдаем предпочтение следующему: под «компетенцией» понимается способность и готовность личности к профессиональной деятельности, основанные на знаниях и опыте, которые приобретены благодаря обучению, ориентированы на самостоятельное участие

личности в учебно-познавательном процессе, а также направленные на ее успешное включение в трудовую деятельность [207].

Важно отметить, что исследователи и в мире, и в России начинают не только изучать компетенции, выделяют 3-х до 37 видов, но и строить обучение, имея в виду их формирование как конечный результат процесса обучения (Н.В. Кузьмина, А.К. Маркова, Л.А. Петровская).

Для разных деятельностей исследователи выделяют различные компетенции [89].

Единого согласованного перечня ключевых компетенций не существует. Поскольку ключевые компетенции – это, прежде всего, заказ общества на подготовку его граждан, такой перечень во многом определяется согласованной позицией социума в определенной стране или регионе.

Советом Европы и Европейским парламентом в декабре 2006 года был принят список ключевых компетенций, которыми должны владеть молодые европейцы: «умение общаться на родном и иностранном языках; математическая компетентность и базовые компетенции в области науки и техники; ИТ-грамотность; способность учиться всю жизнь; социальные и гражданские компетенции; смысл инициативы и предпринимательства, а также способность жизни в поликультурном мире» [248].

В работах отечественных и зарубежных специалистов (А.Л. Журавлев, С.А. Карташев, Э.А. Капитонов, Е.А. Кузнецова, А.А. Радугин, Б. Кларк, Г. Хофштеде, Г.Морган, А. Шелтен) отмечается, что ключевые компетенции способствуют формированию корпоративной культуры компании и достижению общего видения целей организации. Именно ключевые компетенции дают ясное представление о стандартах успешного выполнения деятельности; позволяют повысить эффективность обучения и развития сотрудников, ориентируя все обучающие мероприятия на достижение корпоративных стандартов, отраженных в компетенциях. Ключевые компетенции определяют структуру сбора поведенческой информации и оценки эффективности работы сотрудника.

Поступая на работу, молодой специалист проходит через определенную процедуру корпоративной адаптации, в ходе которой знакомится с основными

элементами корпоративной культуры организации. Процесс интеграции специалиста в корпоративное сообщество сугубо индивидуален и зависит от степени сформированности у него компетенций, необходимых ему для успешной профессиональной деятельности.

В.Г. Вольвач выделил пять ключевых компетенций современного специалиста, востребованных на рынке труда:

1. Профессиональная компетенция – владение запасом профессиональных знаний, умений и навыков.

2. Компетенция саморазвития – способность к самообучению, творческому развитию, совершенствованию.

3. Менеджерская компетенция – способность к организации и самоорганизации, предпринимательству.

4. Компетенция корпоративной культуры (корпоративная компетенция), предполагающая владение общими ценностями (отношение к труду, к собственности, например), навыками организационного поведения и трудовой мотивации.

5. Компетенция социализации– владение компьютером, знание иностранных языков, умение водить машину и проч. [49].

После периода адаптации, который в разных фирмах проходит в разные сроки, специалист, в полной мере владеющий всеми перечисленными компетенциями, имеет возможность получать максимальный доход от, условно говоря, аренды данного человеческого капитала, и соответственно, достичь максимально возможного статуса, определенного обществом для данной профессии или рода занятия.

В научной литературе [49] выделяют следующие типы компетенций:

–корпоративные – компетенции, которые поддерживают провозглашенную миссию и ценности компании и, как правило, применимы к любой должности в организации, часто перечень корпоративных компетенций можно встретить в презентационных и информационных материалах компаний.

– специальные – компетенции, используемые в отношении определенных групп должностей разных департаментов. Например, специальные компетенции разрабатываются для сотрудников каждого из отделов: продаж, информационных технологий, финансового отдела и т.д. Это знания и навыки, определяющие профессиональные обязанности, уровень владения ими, способность применения их на практике отдельными категориями сотрудников.

– личностные компетенции, имеющие надпрофессиональный характер и необходимые в любой области деятельности. Под личностной компетенцией подразумевается духовная зрелость, осознание человеком собственных жизненных целей и смысла жизни, понимание себя и других людей, умение понять глубинные мотивы поведения.

В работе томских ученых, А.А. Малышевой и И.В. Невраевой, «Компетенции молодых выпускников вузов глазами работодателей» [124] приводятся результаты исследований мнений работодателей относительно корпоративных компетенций, которые, по мнению руководителей компаний, обеспечивают конкурентоспособность предприятия. При этом система корпоративных компетенций каждого предприятия уникальна, и она определяет, в том числе и то, какие люди придут работать в компанию, станут ли они «своими». Респондентами было отмечено, что знание основных компетенций того или иного выпускника, а тем более оценка его на предмет соответствия корпоративным компетенциям предприятия крайне желательна. А.А. Малышевой и И.В. Невраевой были выделены следующие корпоративные компетенции:

–системность мышления, способность просчитывать последствия принимаемых решений, ориентация на взаимодействие с внутренними и внешними агентами,глубокое понимание «физики процесса» и бизнес-процесса деятельности предприятия и их взаимосвязей,выстраивание перспективы,умение выстроить процесс,аналитическое мышление,умение абстрагироваться, выйти за пределы ситуации;

– высокий профессионализм в своей области, высокая компетентность в своем деле, ориентация на высокое качество, приверженность качеству, ответственность за выполняемую работу;

– восприимчивость к новому, креативность, умение учиться, сообразительность, умение решать большие и сложные задачи за короткие сроки, быть всегда в курсе новинок, идти «в ногу» с прогрессом, монументальные идеи;

– командность как умение работать на общий результат, взять на себя ответственность, умение гибко влиять на подчиненных, ситуацию, умение делегировать полномочия, справедливость, доброжелательность, умение обосновать свои решения;

– стрессоустойчивость, способность работать в любых условиях, готовность к стрессу, цейтноту, быстрдействию, мобильность, энергичность, гибкость;

– умение соответствовать корпоративным нормам, соответствие духу организации, лояльность к работодателю, честность;

– результативность, умение добиваться поставленных целей, изыскать возможности для решения задач, адаптивность к условиям внешней среды;

– добросовестное отношение к работе, тщательность в работе, дисциплина труда, дисциплина соблюдения технологии, исполнительность, надежность;

– активная жизненная позиция, позитивное отношение к жизни и к людям, предпринимательский дух, потребность в доминировании;

– навыки коммуникации (позвонить, встретиться, договориться, назначить встречу), деловой этикет, умение показать свои наиболее выгодные качества при приеме на работу, умение думать о других.

На данный момент существует три подхода к определению корпоративных компетенций.

Первый подход, автором которого является Г. Каннак, определяет корпоративные компетенции как «рациональное сочетание знаний и способностей, рассматриваемых на небольшом промежутке времени, которыми обладают работники данной организации» [202]. По мнению Г. Каннак, акцент делается на

развитие индивидуальных компетенций работников. Для того чтобы развивать корпоративные компетенции в рамках данного подхода требуется, прежде всего, обучать персонал, используя различные курсы повышения квалификации, тренинги и деловые игры.

Второй подход основывается на утверждении, что корпоративные компетенции включают в себя «помимо личных возможностей и способностей работников компании все те социальные процессы, которые имеют место в компании. Речь идет о корпоративной культуре, философии управления, внутреннем климате компании» [155]. Основным инструментом создания корпоративных компетенций в рамках второго подхода является непосредственно развитие компании.

Третий подход определяет корпоративные компетенции как характерные особенности компании, определяющие ее успех. Для того чтобы развивать корпоративные компетенции в рамках третьего подхода, требуется постоянное наращивание конкурентных преимуществ компании, поскольку важную роль здесь играет не что иное, как внутреннее конкурентное преимущество [3].

По мнению Н.В. Агеевой и Д.Л. Котова, корпоративные компетенции – это деловые и личностные качества, которые должны быть присущи каждому сотруднику компании вне зависимости от занимаемой должности и содержания деятельности и основываться на ценностях, традициях, стилях управления, характерных для организационной культуры компании. Корпоративные компетенции задают поведенческий стандарт для персонала. Они показывают, как сотрудники должны выполнять свою работу. Степень соответствия сотрудника корпоративным компетенциям указывает как на его способность справляться с текущими рабочими задачами, так и на его потенциал профессионального и карьерного развития [1].

Н.В. Агеева и Д.Л. Котов считают, что корпоративные компетенции представляют собой компетенции персонала на уровне, необходимом организации для достижения ее основных целей: экономических, научно-технических, производственно-коммерческих и социальных.

Анализ определений корпоративных компетенций специалиста, представленных в психолого-педагогических и экономических исследованиях, позволяет нам выделить следующие умения, составляющие корпоративные компетенций:

- умение следовать внутрикорпоративным нормам и стандартам как документально зафиксированным, так и неявным, знание особенностей работы компании;

- умение работать в команде, обмениваться информацией, поддерживать коллег, проявлять высокую степень доброжелательности, готовность помочь;

- умение ориентироваться на пользу для клиентов компании;

- умение сотрудников многонациональной компании вести общение в деловой и производственной сфере, которое распространяется на все сферы деятельности компании;

- умение работать самостоятельно и ответственно, достигать результатов с минимальным внешним контролем;

- умения сотрудника в профессиональной области, знание функциональных обязанностей, процедур и технологий компании, владение необходимым по должности оборудованием;

- умение сотрудника выполнять свои должностные обязанности с достижением наибольшего результата [114].

Корпоративные компетенции применимы к любой должности в компании и следуют из ценностей компании, которые фиксируются в таких корпоративных документах, как стратегия, кодекс корпоративной этики и т. д. Разработка корпоративных компетенций является частью работы с корпоративной культурой компании.

В связи с этим для уточнения понятия «компетенция корпоративного общения» необходимо рассмотреть понятие «корпоративная культура».

Анализ отечественных и зарубежных публикаций, посвященных теории корпоративной культуры, показывает, что в начале культурные различия компании рассматривались исследователями как барьер, который в первую очередь

мешает общению и совместной деятельности представителей разных корпоративных культур. Сегодня же руководители крупнейших корпораций, достигших успеха в своей области, признают, что если разумно и правильно использовать культурные корпоративные различия, они превращаются в источники дополнительных возможностей [155].

Понятие «корпоративная культура» относится к таким понятиям, которые не имеют единственно верного толкования. Практически каждый исследователь в этой области предлагает собственное оригинальное определение культуры организации [105], которые Т.А. Лапина предлагает разделить на две основные группы. К первой группе относятся определения, в которых указывается на элементы корпоративной культуры. Например, организационная культура – признанные ценности, убеждения, нормы и формы поведения в организации [57]. Вторая группа объединяет определения, в которых культура организации рассматривается как способ существования, адаптации к внешней среде.

Некоторые авторы определяют корпоративную культуру как «систему коллективно разделяемых ценностей, убеждений, традиций и норм поведения, присущих определенной группе людей» [220; 247; 256].

А.О. Блинов и О.В. Василевская [28] рассматривают корпоративную культуру как набор наиболее важных предположений, принимаемых членами организации и получающих выражение в заявляемых организацией ценностях, задающих людям ориентиры их поведения и действий, которые передаются через символические средства духовного и материального внутриорганизационного общения. Р.Л. Кричевский [110] утверждает, что термин «корпоративная культура» охватывает большую часть явлений духовной и материальной жизни коллектива: доминирующие в нем моральные нормы и ценности, принятый кодекс поведения, укоренившиеся ритуалы и т.д.

По мнению М. Армстронга [8], корпоративная культура является совокупностью убеждений, отношений, норм поведения и ценностей, общих для всех сотрудников данной организации. Они могут не быть четко выражены, но

при отсутствии прямых инструкций определяют способ действий и взаимодействия людей и в значительной мере влияют на ход выполнения работы.

А.Р. Пригожин считает, что корпоративная культура – открытая система, зависящая в своем развитии от среды, ее социокультурных, ментальных, исторических и природных параметров как от данности [162].

Корпоративная культура, по мнению О.Родина, «это, прежде всего, междисциплинарные исследования, которые находятся на стыке нескольких областей знания, таких как менеджмент, корпоративное поведение, социология, психология, культурология» [168, с. 70–71]. Каждый сотрудник, принятый на работу, проходит через определенную процедуру организационной социализации, в ходе которой он усваивает основные элементы корпоративной культуры организации [168].

Корпоративная культура представляет собой результат совместной жизнедеятельности коллектива, но существует и развивается через культуру каждого члена сообщества и как система ценностей, представлений и норм корпорации формируется в процессе общения между членами корпорации. Таким образом, корпоративная культура – это общие ценности и убеждения, которые разделяются всеми или почти всеми членами команды. Носителями корпоративной культуры, естественно, являются сами члены коллектива.

В работах отечественных исследователей [57; 154; 155; 206; 207; 213] корпоративная культура рассматривается как система, состоящая из подсистем:

- ценностно-нормативная подсистема (основные ценности, разделяемые в организации, корпоративные традиции, правила, взаимоотношения с клиентами);
- подсистема организационной структуры (формальная и неформальная организационная структура, структура власти и лидерства, нормы и правила внутреннего взаимодействия, традиции и правила «внутреннего распорядка»);
- подсистема структуры коммуникаций (структуры формализованных и неформальных информационных потоков, качества коммуникации: потеря и преобразование информации, направленное действие по «внутреннему PR»);

– подсистема структуры социально-психологических отношений (структуры взаимных симпатий, выборов, предпочтений (социометрическая карта), системы ролей в организации (конструктивных, деструктивных и др.), внутренней позиционности и конфликтности, отношений к руководителям организации (авторитетность);

– подсистема игровой (мифологической) структуры (корпоративные предания (история), мифы и легенды об организации, ее сотрудниках, руководителях, «игры, в которые играют боссы»);

– подсистема структуры внешней идентификации (фирменного стиля): имидж организации (образ, который направленно транслируется клиенту), имидж, который воспринимается в реальном общении с клиентом, восприятие компании и ее продукции в обществе, рекламные атрибуты: логотип, слоган и др. [207].

Ф. Харрис, Р. Моран выделяют также следующие компоненты корпоративной культуры: осознание себя и своего места в организации; внешний вид, представление себя; осознание времени, отношение к нему и его использование; взаимоотношения между людьми; общение внутри организации, развитие и самореализацию работника; трудовую этику и мотивирование [246].

Существует множество подходов к выделению различных атрибутов, характеризующих и идентифицирующих культуру той или иной организации. Так, Е.Н. Юрьева предлагает модель корпоративной культуры, которая включает в себя следующие составляющие: 1) корпоративную идеологию, 2) корпоративный имидж, 3) историю, мифы и легенды компании, 4) корпоративные ритуалы и традиции, 5) внешний вид сотрудников, офисов, зданий и компаний, 6) корпоративную символику, 7) внутреннюю и внешнюю коммуникацию, 8) корпоративный язык общения, 9) поведение и взаимоотношения в рамках корпоративной культуры [224].

Корпоративная культура, по мнению Е.Н. Юрьевой [224], – это совокупность убеждений, отношений, норм поведения и общения, общих для всех сотрудников организации, которые существуют и развиваются через культуру личности каждого сотрудника и формируются в условиях профессиональной дея-

тельности, подготовка к которой осуществляется в период обучения в вузе. Корпоративная культура – это искусственно созданная реальность, которая развивается и существует благодаря взаимодействию корпоративных компетенций каждого члена корпоративного сообщества.

Таким образом, *корпоративная культура* – это искусственно созданная реальность, включающая в себя миссию, стратегию, идеологию, материальные и духовные ценности компании, которая развивается и существует благодаря взаимодействию корпоративных компетенций каждого члена корпоративного сообщества.

Данное определение подчеркивает, что в основе корпоративной культуры лежат корпоративные компетенции – процесс приобретения знаний в результате социального взаимодействия в условиях меняющейся реальности и умение пользоваться данными знаниями в профессиональной среде. Корпоративные компетенции в свою очередь представляют собой совокупность умений, которые обеспечивают успешное выполнение специалистом профессиональной деятельности. Другими словами, корпоративные компетенции – интегрированная характеристика качеств личности, результат подготовки специалиста – выпускника вуза для выполнения деятельности в профессиональных областях.

Корпоративная культура включает в себя: миссию, стратегию, идеологию, материальные и духовные ценности компании, корпоративные компетенции. Оптимальное количество корпоративных компетенций в корпоративной культуре компании составляет от 5 до 7 компетенций. Одной из важных корпоративных компетенций специалиста является компетенция корпоративного общения. Исследователи в области психологии и педагогики предлагают следующее определение компетенции корпоративного общения – это умение сотрудников компании вести общение в деловой и производственной сфере, которое распространяется на все сферы деятельности компании, а также имеет решающее значение при выполнении задач, стоящих перед организацией в профессиональной среде. Компетенция позволяет ему эффективно взаимодействовать с представителями других стран и деловыми партнерами, реализуя комфортное в психоло-

гическом отношении общение, а также его разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение целей коммуникации.

Место компетенции корпоративного общения в корпоративной культуре компании можно представить следующим образом:

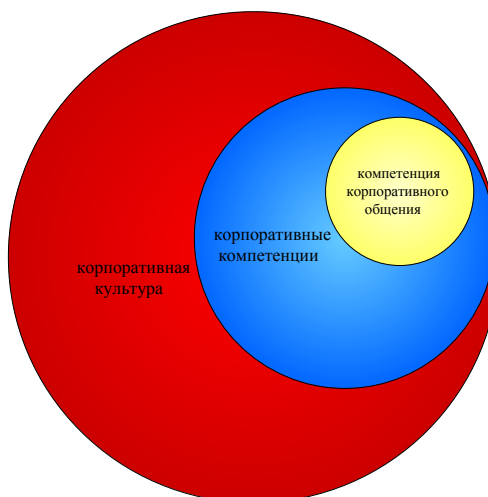


Рис. 1 – Место компетенции корпоративного общения в корпоративной культуре компании.

Так, например, в нормативных документах немецкой многонациональной компании ООО Айзак Консалтинг (ISAC Consulting GmbH – www.isac-consulting.com) компетенция корпоративного общения выделена как одна из наиболее значимых для данной компании. Это обусловлено, прежде всего, тем, что ООО Айзак Консалтинг (ISAC Consulting GmbH) является ведущей немецкой фирмой, использующей в своей работе фриланс.

Фриланс – удалённая работа, суть которой заключается в том, что фирма нанимает себе на выполнение определенной задачи или на постоянную работу человека, который может находиться в другом городе или даже в другой стране. Так, в настоящий момент в штате ООО Айзак Консалтинг (ISAC Consulting GmbH) насчитывается 6 сотрудников из России, 3 сотрудника из Польши, 2 сотрудника из Испании и 12 сотрудников из Германии.

Сотрудникам компаний нет необходимости постоянно находиться в офисе в Германии (Мюнхен), чтобы выполнять свои служебные обязанности, они общаются с коллегами по работе и клиентами посредством Интернет-технологий (видеоконференций) или IP-телефонии. Именно этот факт выводит

компетенцию корпоративного общения на одно из первых мест в списке корпоративных компетенций.

Рынок фриланс-услуг в настоящее время уже достаточно развит в Европе и Америке и стремительно развивается в России – это глобальный рынок, где есть мировые заказчики, и можно в любой точке земного шара найти себе работодателя. При современном уровне персональных электронных коммуникаций можно спокойно выполнять работу в России, например, для немецкой или австралийской фирмы. Сфера деятельности и география не имеют значения.

Опыт работы в подобных компаниях свидетельствует о том, что, приступая к работе, специалист сталкивается с рядом проблем: «даже достаточно хорошо владея рабочим языком организации, как правило, английским или немецким, в процессе общения с сотрудниками и менеджерами, представляющими почти весь национальный спектр мира, российские специалисты испытывают дополнительные проблемы и трудности, проистекающие из особенностей поликультурного виртуального общения» [154].

Современная Россия представляет собой поликультурное пространство, в котором вопросы межкультурного взаимодействия и взаимопонимания народов приобретают геополитический характер. Именно этот факт позволяет говорить о поликультурной составляющей «компетенции корпоративного общения».

Новое мышление, экономические и политические деловые контакты открывают границы между государствами, способствуют установлению и поддержанию контактов как внутри страны, так и за рубежом, позволяют воспитывать толерантность, создают условия для подготовки специалиста – участника межкультурной бизнес-коммуникации.

Многонациональные компании стали неотъемлемой частью российской жизни. Сегодня открыли свои представительства и стали активно работать на российском рынке различные крупные многонациональные корпорации, такие как, например, Глобальный производственный Центр аутсорсинга АйТи услуг для мирового концерна Siemens (филиал в Воронеже «SiemensITSolutionsand-Services»); американская компания DataArt (Дата-Арт), штаб-квартира которой-

базируется в Нью-Йорке, центры разработки благополучно работают в Воронеже, Киеве, Петербурге и Харькове; российское подразделение немецкой компании Deutsche Telekom – T-Systems CIS (Дейче Телеком – Т-Системс СиАйЭс), офисы компании расположены в Санкт-Петербурге, Москве и Воронеже, немецкая компания ООО Айзак Консалтинг (ISAC Consulting GmbH).

Проведенный автором исследования анализ работы немецкой многонациональной компании ООО Айзак Консалтинг (ISAC Consulting GmbH – www.isac-consulting.com) свидетельствует о том, что, приступая к выполнению своих обязанностей, специалист сталкивается с рядом проблем. В процессе общения с сотрудниками и менеджерами, представляющими почти весь национальный спектр мира, российские специалисты испытывают трудности, связанные с особенностями корпоративного поликультурного виртуального общения.

В мире существует небольшое число относительно однородных в языковом отношении стран. Международный бизнес все больше испытывает потребность в использовании иностранного языка для более эффективного осуществления бизнес-коммуникаций. Так, уже сейчас около 2/3 деловой переписки в мире осуществляется на английском языке. Однако при этом, существуют страны (например, Германия, Франция), где есть стремление пользоваться только одним, присущим именно им, языком, и данное обстоятельство необходимо учитывать в международных коммуникациях, особенно в международных и совместных компаниях и фирмах при формировании и реализации своих бизнес-проектов [198].

Во многом от того, насколько успешно специалисты осуществляют виртуальное корпоративное общение в поликультурной команде, зависит также и успех их профессиональной деятельности.

Все это позволяет рассматривать формирование компетенции корпоративного общения специалиста как проблему, важную для теории и практики обучения межкультурной бизнес-коммуникации, пока еще не получившую должного рассмотрения в научных исследованиях.

Компетенция корпоративного общения представляет собой сложное многоуровневое явление. В связи с этим целесообразно выделить структуру компе-

тенции корпоративного общения. Большинство исследователей включают в нее следующие элементы: знания, когнитивный компонент (знание языка и культуры корпоративного общения); умения, поведенческий компонент (способность использовать это знание для участия в корпоративном общении); мотивация, аффективный компонент (мотивированность, желание достичь целей коммуникации) [251].

И.Н. Розина предлагает собственный перечень умений и навыков, необходимых для осуществления корпоративного общения: грамотная письменная / устная речь; эффективная работа с технологиями; критическая оценка информационных ресурсов; коллективная работа; презентация и самопрезентация; эффективный веб-дизайн [169–174].

В своих работах В. Spitzberg предлагает учитывать при формировании компетенции корпоративного общения следующие компоненты: результаты коммуникации; уместность сообщений; эффективность сообщений (степень реализации интенций); точность сообщений (точную интерпретацию адресатом интенции адресанта и содержания сообщения); удовлетворенность результатами сообщения (соответствие результатов коммуникации ожиданиям); положительное влияние на взаимоотношения; экономию усилий; факторы, влияющие на достижение результатов: мотивацию; знания; умения: учет интересов собеседников, достижение собственных целей, координацию взаимодействия, выражение эмоций; факторы, связанные со средством общения: интерактивность, адаптивность, результативность, соотношение межличностной и массовой коммуникации; факторы, связанные с сообщением: целенаправленность, ориентацию на социально-эмоциональный компонент общения, открытость; ожидания, зависящие от контекстуальных факторов: культурных, временных, пространственных, функциональных и обусловленных средой online [268].

В рамках нашего исследования мы предлагаем выделить в структуре компетенции корпоративного общения четыре базовых компонента: **мотивационно-ценностный, когнитивный, операциональный и рефлексивный**. Компоненты отражают сферы деятельности сотрудника компании, в которых функ-

ционирует компетенция корпоративного общения, а также качества личности, опыт, необходимые для полноценного корпоративного общения. Компетенция корпоративного общения представляется нам как единство взаимосвязанных мотивов, знаний, умений и способностей персонала, необходимых для профессиональной деятельности.

Компоненты компетенции корпоративного общения можно представить в виде таблицы (см. табл. 1):

Таблица 1

Компоненты компетенции корпоративного общения

Компонент компетенции корпоративного общения	Описание компонента компетенции корпоративного общения
Мотивационно-ценностный	Мотивы, цели, ценностные установки специалиста, предполагающие отношение к профессиональной деятельности и корпоративной культуре как к ценности, потребность специалиста в проектировании своей профессиональной карьеры в рамках корпоративной культуры; ориентация специалиста на ценностное принятие профессиональной деятельности в рамках компании, а также развитие специалиста как полноценного члена компании
Когнитивный	Усвоение знаний корпоративной культуры, особенностей речевых формул в ситуациях поликультурной деловой коммуникации, стратегии и тактики диалогового и группового корпоративного общения, а также этических и этикетных норм различных стран при ведении корпоративного общения
Операциональный	Формирование компетенции корпоративного общения с представителями другой культуры, умения моделирования ситуации реальной корпоративной коммуникации, а также операции и действия, связанные с использованием сети Интернет (набор электронных сообщений, использование электронной почты): умение открыть / закрыть нужный сайт, умение зарегистрироваться и создать учетную запись; умение отправлять / получать сообщения; умение пользоваться программным обеспечением пакета «MicrosoftOffice», включая работу с аналогами программы Skype для

Компонент компетенции корпоративного общения	Описание компонента компетенции корпоративного общения
	виртуального общения через Интернет
Рефлексивный	Анализ собственной поликультурной деятельности и её продуктов в сфере полилингвального общения, а также уровень своей корпоративной компетентности на иностранном языке; осознание себя в качестве поликультурного субъекта, осознание и преодоление предрассудков и этноцентризма, трансформация и интерференция своего опыта корпоративной коммуникации

В соответствии с указанными компонентами компетенция корпоративного общения подразумевает: *овладение профессиональными знаниями и знаниями о корпоративном взаимодействии, страноведческими знаниями; формирование готовности к корпоративному общению; овладение опытом корпоративного общения; развитие умений вести корпоративное общение; развитие толерантности, рефлексии, активной позиции; развитие способности осознавать себя в качестве поликультурного субъекта, пересматривать свой опыт корпоративной коммуникации, этноцентризм, трансформация и интерференция своего опыта корпоративной коммуникации.*

Рассмотрев содержание всех компонентов, мы пришли к выводу, что ***компетенция корпоративного общения – это совокупность знаний, умений, опыта, мотивов и ценностей, необходимых сотрудникам многонациональной компании для осуществления поликультурного общения в деловой и производственной сфере деятельности компании с использованием разнообразных технических средств коммуникации. Важными характеристиками компетенции корпоративного общения для нашего исследования являются его поликультурность и виртуальность.***

Таким образом, компетенция корпоративного общения способствует развитию исключительно ценного и востребованного в настоящее время умения общаться; позволяет удовлетворять интересы специалиста в развитии и повышении своих конкурентных преимуществ на рынке труда «путем приращения

умений, навыков, полномочий, формирования ценностей и норм поведения той профессиональной сферы, в которой он работает или будет работать» [207].

1.2. Содержание и структура компетенции корпоративного общения

В научной литературе под корпоративным общением понимают взаимодействие (интеракцию) людей поликультурного мира, содержанием которого является взаимное познание (перцепция) и обмен информацией (коммуникация). Особенности корпоративного общения изучаются отечественными и зарубежными исследователями (см. научные труды П.Я. Гальперина, Л.В. Занкова, И.А. Зимней, В.Б. Кашкина, В.А. Сластенина, Н.Ф. Талызиной, а также работы М.В. Киселевой, А.К. Марковой, Т.Н. Персиковой, И.Н. Розиной, Л.П. Халяпиной, Ф. Шульца фон Тун, Т. Квастхоффа, Ф.А. Хазе, Б.Х. Шпицгер-на и др.) в области психологии, теории коммуникации, лингвистики, экономики, информационных технологий, социологии и т. д., а также специалистами в смежных областях – в социолингвистике, психолингвистике и т. д. Изучению содержания корпоративного общения также посвящено большое количество комплексных исследований.

Корпоративное общение имеет цель, с одной стороны, – установления деловых контактов или решения каких-либо производственных задач, а с другой стороны, – обеспечения благоприятной атмосферы внутри корпоративной культуры компании. В корпоративном общении каждый должен четко понимать, чего хочет добиться его собеседник и, конечно, что хочет получить от этого он сам. Здесь важную и «двойную» роль играет правило бизнеса – «человек, плохо представляющий свою цель, никогда ее не добьется». Нужно не только самому знать цель общения и уметь донести ее суть до собеседника, но и правильно использовать имеющиеся знания, иначе корпоративное общение потеряет смысл.

Важной отличительной особенностью корпоративного общения является то, что окончание общения еще не означает прекращение корпоративного общения. От того, как проходит корпоративное общение, зависит, будет ли обще-

ние продолжено в дальнейшем. Поэтому надо приложить все усилия для того, чтобы собеседник запомнил этот разговор, правильно понял поставленную цель и испытал положительные эмоции. Во время корпоративного общения очень важным является установление и поддержание постоянного контакта между собеседниками.

Содержание корпоративного общения самым непосредственным образом связано с различными классификациями видов и типов корпоративного общения. Как показывает анализ этих классификаций, они проводятся по самым разным основаниям и критериям (по месту, по сферам деятельности, цели, характеру, формам и т. д., и т. п.).



Рис. 2 – Виды корпоративного общения

Рассмотрим некоторые из существующих классификаций.

В психолого-педагогической литературе корпоративное общение принято разделять на корпоративное общение *facetoface* (в традиционной форме) и корпоративное *online*-общение.



Рис. 3 – Корпоративное общение *facetoface* (в традиционной форме)



Рис. 4 – Корпоративное *online*-общение

Разработке теоретических основ обучения корпоративному общению *facetoface* (в традиционной форме) посвящены работы в области педагогической психологии (П.Я. Гальперин, И.А. Зимняя, А.К. Маркова, Н.Ф. Талызина и др.) и педагогики (Л.В. Занков, В.А. Слостенин и др.).

Необходимо отметить, что в последнее время наблюдается тенденция частичного вытеснения общения *facetoface* (в традиционной форме) *online*-общением. Корпоративное общение с использованием аудио- и видеоформата сейчас становится все более популярным.

Современные формы делового международного сотрудничества предполагают постоянный обмен информацией с использованием разнообразных технических средств коммуникации. В последние годы многие предприятия и организации, в том числе и иностранные, предпочитают вести деловые переговоры с российскими партнерами посредством Интернет-телефонии (технология передачи голоса по сети Интернет) или внутрикорпоративных аналогов программы Skype для виртуального общения через Интернет. Средства корпоративного общения также все больше тяготеют к формированию виртуальной бизнес-среды в компании. В онлайн-режиме коллеги, а также сотрудники раз-

ных офисов могут быстро и четко обсудить рабочие вопросы в виртуальной беседе.

Во многом от того, насколько специалисты, осуществляющие корпоративное общение, владеют искусством общения в виртуальной среде, т.е. обладают компетенцией корпоративного общения, зависит успех их будущей деятельности.

В исследованиях Г.Н.Трофимовой, посвященных изучению принципов корпоративного общения, важная роль в формировании эффективного профессионального взаимодействия отводится мультиграмотности, включающей в себя навыки и умения оперировать электронными средствами познания и общения, в том числе мультимедийными и гипертекстовыми средствами, которые помогают создавать тексты более грамотные, адекватные ситуации и отвечающие требованиям как мира офлайн, так и веб-действительности [200, с. 5].

Для нашего исследования важно подробнее рассмотреть корпоративное online-общение, поскольку в настоящее время многие предприятия и организации, особенно иностранные, предпочитают вести деловые переговоры с российскими партнерами, используя внутрикорпоративные аналоги программы Skype для виртуального общения через Интернет.

В работах Е.Н. Галичкиной [51] особенности корпоративного общения в виртуальной среде подразделены на инвариантные (постоянные), обусловленные объективными характеристиками виртуальной среды, и варьирующиеся (относительные), связанные с особенностями коммуникантов и конкретных ситуаций общения. По ее мнению, в обобщенном виде инвариантные и варьирующиеся особенности корпоративного общения в виртуальной среде можно представить следующим образом.

1. Инвариантные социально-психологические особенности корпоративного общения в виртуальной среде:

– опосредованность: корпоративное общение опосредовано виртуальной средой, формируемой с помощью определенного аппаратного и программного обеспечения [52, с. 35];

– физическая непредставленность коммуникантов: аудио- и видеоформат обеспечивает использование каналов восприятия – слуха, обоняния, осязания, вкуса. Это придает общению зависимость от таких характеристик коммуникантов, как возраст, внешний вид, тембр голоса и т. д. В то же время большое значение имеют и другие особенности: быстрота реакции, грамотность, умение оригинально мыслить и интересно выражать свои мысли и т. д.;

– дистантность (разделенность в пространстве и / или времени): в подавляющем большинстве случаев в корпоративном общении в виртуальной среде участвуют люди, находящиеся на некотором расстоянии друг от друга (в разных странах, городах, в разных помещениях одного и того же здания), что затрудняет или делает невозможным общение в традиционных формах [52, с. 35];

– интерактивность: в рамках корпоративного общения стираются различия между монологом и диалогом, а также между межличностной, групповой и массовой коммуникацией, поскольку электронная среда дает возможность осуществлять интеракцию независимо от жанров и типов коммуникации, например, к разговору в виртуальной среде могут подключаться все новые собеседники;

– дискретность: в отличие от традиционного общения корпоративное общение характеризуется наличием частых, довольно непродолжительных пауз, которые могут быть, прежде всего, связаны с проблемами на линии. Данные паузы почти не затрудняют общение и не вызывают у собеседников чувства неловкости;

– потенциальная безграничность: теоретически каждый человек может участвовать в телекоммуникации (корпоративном общении) с любым жителем планеты без ограничений во времени и пространстве «по формуле 24x7x365, т. е. 24 часа в сутки, 7 дней в неделю, 365 дней в году» [169, с. 217].

2. Варьирующиеся социально-психологические особенности корпоративного общения:

– демократичность: корпоративное общение (в виртуальной среде) сглаживает иерархичность социальных взаимоотношений, придает коммуни-

кантам относительное статусное равноправие. В то же время степень нивелирования социальных различий в корпоративном общении в виртуальной среде зависит от конкретных ситуаций общения и особенностей собеседников. Вместо иерархичности на первый план выходит такая характеристика взаимоотношений, как временность / постоянность [52, с. 35; 200, с. 5];

– стирание границ между культурами: средства информационно-коммуникационных технологий позволяют коммуниканту осуществлять взаимодействие с представителями любых культур; однако эффективность такого взаимодействия во многом зависит от степени сформированности у участников общения корпоративных навыков и умений [174];

– значительная зависимость восприятия коммуниканта собеседниками от его вербального поведения: на формирующееся впечатление собеседников о коммуниканте влияет его грамотность, умение предугадывать и учитывать ожидания адресата, знание специфических терминов, акронимов, аббревиатур и т. д. [200, с. 5].

Необходимо также учитывать двойственность данного вида корпоративного общения. По мнению отечественных и зарубежных ученых, корпоративное общение, с одной стороны, «расширяет возможности общения»; а с другой – участие в корпоративном общении «связано с рядом ограничений, обусловленных техническими и личностными факторами» [7].

Анализ исследований российских ученых позволяет выделить следующие отмечаемые ими характерные черты корпоративного общения в виртуальной среде:

– целенаправленность (прагматическая направленность). Речевая деятельность человека в электронной среде связана со стремлением воздействовать на своего потенциального или непосредственного собеседника. В связи с этим в условиях электронной коммуникации особенно важно уметь максимально точно формулировать целеполагающую установку общения [200];

– зависимость от технической стороны общения, ограниченность техническими возможностями – наличием компьютеров, определенных программных продуктов и доступа к Интернету, скоростью Интернета и т. д. [171];

- усложнение интенций при упрощении средств их реализации [94];
- компенсация отсутствия многих невербальных ключей за счет графического отражения эмоций, использования специфических средств для отображения интонации и других характеристик звучащей речи, например, паузы обозначаются многоточием; для передачи повышенного тона или крика используются только заглавные буквы; для выделения значимой информации применяются символы «*», «_», «o» и т. д. [51];
- дополнительные возможности по сравнению с традиционной устной и письменной коммуникацией, в частности, возможность пересылать графические изображения (в т. ч. фотографии), аудио- и видеофайлы, указывать гиперссылки на веб-страницы и т. д. [51; 208];
- размытость норм литературного языка, которая наиболее ярко проявляется в несоблюдении правил орфографии и пунктуации [94].

Мы согласны с мнением М.В. Киселевой, что для корпоративного общения в виртуальной сфере, в целом, характерно противоречие между кажущейся безграничностью возможностей для общения и реальными ограничениями, из-за которых коммуникация может не только замедлиться или ненадолго прерваться, но и полностью прекратиться. В то же время online- и традиционная коммуникация имеют общие черты, и граница между ними не является непроницаемой (общение, начатое в виртуальной среде, может быть продолжено при личной встрече и наоборот) [99].

Значительная часть корпоративного общения является служебным общением, т.е. взаимодействием людей, осуществляемым в рабочее время в стенах компании. Корпоративное общение включает в себя взаимодействие и наемных работников, и собственников-работодателей, которое происходит не только в компании, но и на различных деловых приемах, семинарах с использованием информационно-коммуникационных технологий.

Так, Т.Н. Персикова выделяет два вида корпоративного общения (классификация по формам проявления): *формальное*, которое одобрено организацией, вызвано ее потребностями, связано с производством и производительно-

стью, со всеми сферами деловой активности, и *неформальное*, которое вызвано социальными потребностями и ориентировано не на организацию в целом, а на отдельных ее членов.

Формальное корпоративное общение – это основа корпоративного общения представителей разных культур, в результате которой сотрудники получают всю информацию, имеющую отношение к деятельности компании: отчеты, документы внутри компании, деловую корреспонденцию; имеют возможность дистанционного демонстрирования презентаций, участия в совещаниях и собраниях, переговорах, в конференциях и семинарах, получения распоряжений начальства и других служебных сообщений, спускаемых вниз по иерархической лестнице, – любой рабочей информации, поступающей по компьютерным сетям [153].

Неформальное корпоративное общение – это личное общение между сотрудниками – представителями разных культур. Здесь нет четких каналов или моделей. Оно очень сложно по своей структуре и обычно содержит не меньше информации, чем формальные виды корпоративного межкультурного общения.

Специфика корпоративного общения заключается в том, что процесс взаимодействия представителей разных культур, разных деловых сообществ, реализуемый в межличностных отношениях, происходит с использованием информационно-коммуникационных технологий при помощи различных коммуникативных средств (вербальных, невербальных и других) передачи информации, однако общение в виртуальной среде в отличие от реального общения ограничено средствами коммуникации.

В рамках данной классификации (классификация по знаковой системе, использованной при общении) различают два вида корпоративного общения: вербальное и невербальное. Вербальное корпоративное общение (от лат. *verbalis* – словесный) осуществляется с помощью слов. При невербальном корпоративном общении средством передачи информации являются позы, жесты, мимика, интонации, взгляды, территориальное расположение и пр.

Культура речи и эффективность общения в корпоративном общении не редко имеют тесную взаимообусловленность. Особую роль в данном случае играет язык (классификация по языку общения – родной или иностранный) корпоративного общения. Именно корпоративное общение предполагает обсуждение конкретного предмета с конкретной целью. Достижение цели общения всегда связано с выработкой совместной программы действий по какому-либо направлению деятельности. Каждый из участников корпоративного общения руководствуется своими намерениями, мотивами, целями. Его задача – максимально точно передать их собеседнику при помощи языковых средств, используемых в корпоративном общении. Корпоративное общение в основе своей состоит из устойчивых оборотов и наполнено готовыми языковыми формулами и оборотами речи, которые позволяют говорящему не тратить время на поиск определений, характеризующих деловые ситуации.

Особенностями корпоративного общения являются: сильное, в сравнении с другими языковыми стилями, сужение диапазона используемых языковых средств; высокая степень повторяемости; терминологизация официально-деловой речи, т.е. частое использование слов и сочетаний слов, значение которых обусловлено в пределах какой-либо специальности. Причем многие термины широко используются в разных областях знания, поэтому потеряли свой узкоспециальный характер и перешли в разряд общеупотребительных [99].

Помимо указанных, необходимыми атрибутами корпоративного общения являются полнота и своевременность информации, точность и лаконизм формулировок.

Анализ многочисленных корпоративных коммуникаций на русском и немецком языках позволяет выделить наиболее характерные для подобной речи особенности, совпадающие в обоих языках. Рассмотрим некоторые из них:

1. Преимущественное использование простых предложений (как правило, повествовательных, распространенных), а также повелительных форм глаголов. Весьма умеренно используются отрицательные предложения.

2. Активное использование страдательных конструкций и безличных-форм.

3. При использовании сложных предложений более распространены бессоюзные и сложноподчиненные предложения с придаточными определительными, изъяснительными и условными (цели и причины), отмечено распространение в высказываниях устойчивых конструкций.

Е.Н. Галичкина [51; 52] предлагает классифицировать корпоративное общение в зависимости от особенностей коммуникации в электронной среде, разделяя ее на устную (при наличии голосового модема) и письменную (текстовое и графическое – передача картинок, схем и т.д., но не букв.).

По способу контакта корпоративное общение представляет опосредованное общение, т.к. осуществляется с помощью какого-либо технического средства.

В работах Л.П. Халяпиной [208–210] представлена классификация, основанная на различии синхронного – асинхронного характера взаимодействия:

- асинхронная коммуникация «один на один» (электронные письма);
- асинхронная коммуникация «многих с многими» (например, сеть: сводки, листы рассылок, где требуется согласие на рассылки или пароль для входа в программу, в которой сообщения касаются определенных тем);
- синхронная коммуникация типа «один на один», «один и несколько», «один с несколькими» строится вокруг какой-либо конкретной темы, например, ролевые игры, чаты;
- асинхронная коммуникация, где обычно пользователь пытается разыскать сайт для получения определенной информации и где можно встретить коммуникацию «многие и один», «один на один», «один и многие» (web-сайты) [257; 258].

В рамках ещё одной классификации корпоративное общение подразделяются по двум физическим параметрам – времени и месту нахождения участников коммуникации (физическое или виртуальное). Комбинация этих параметров дает четыре варианта реализации корпоративного общения:

- одно время/одно местонахождение (виртуальное) – использование таких технологий, как чаты;
- одно время/разное местонахождение – ICQ, Интернет-телефония, компьютерная аудио- или видеоконференцсвязь;
- разное время/одно местонахождение (виртуальное) – web-форумы, гостевые книги;
- разное время/разное местонахождение – электронная почта, списки рассылки, телеконференции[174].

Тот же принцип классификации имеет другую терминологию в исследовании А.Е. Жичкиной и зависит от форм общения, используя сеть Интернет:

- телеконференция;
- чат (имеется в виду IRC (InternetRelayChat));
- MUDs(от «multi-userdimension» – ролевая игра, в которой много пользователей объединены в одном виртуальном пространстве, которое близко к коммуникации в чате тем, что происходит online, но отличается от него присутствием цели – стремлением выиграть);
- переписка по e-mail[83].

В классификации видов общения, разработанной Н.И. Формановской [205], выделяются творческое и стереотипное общение, кооперативное и конфликтное, информативное и фатическое. Рассмотрим подробнее данные виды общения.

С точки зрения соблюдения/несоблюдения канона строгих правил построения, употребления готового текста различают творческое и стереотипное общение.

Суть творческого, свободного общения очевидна. Выбор темы и языковых средств корпоративного общения в данном случае не ограничен. Стереотипное общение, напротив, ограничено жестким соблюдением корпоративных норм и правил.

С точки зрения личностных отношений и оценок при соблюдении или нарушении социального равновесия корпоративное общение разделяют на кооперативное и конфликтное.

При кооперативном общении установки, оценки, предпочтения коммуникантов непротиворечивы, находятся в соответствии, поэтому корпоративное общение строится в тональности согласия. При конфликтном общении оценки текущей ситуации и сиюминутной темы, а также и общих позиций, предпочтений, установок находятся в противоречии, поэтому корпоративное общение строится в тональности несогласия, разногласия, конфликта.

По характеру передаваемого содержания различают информативное и фатическое корпоративное общение.

Во время информативного корпоративного общения происходит сообщение фактов, новой информации о компании. Здесь господствует именно функция сообщения новой информации. Фатическое корпоративное общение имеет основную установку на речевой контакт, на контактоустановление и поддержание с собеседником корпоративных отношений. В область «фатики» входит речевой этикет, пустая «бытовая» речь [205]. Говорящий может ставить целью своей коммуникации передачу собственного эмоционального состояния, при этом он вступает в контакт с незнакомыми людьми, например с новыми коллегами или клиентами. Такое общение, чаще всего не несущее важных сведений, оказывается, однако, важнейшим регулятором жизни компании, средством сближения сотрудников. В типичной ситуации фатического корпоративного общения люди говорят о погоде, о политике, о спорте, о музыке – и все это не столько с целью сказать что-то новое, сколько с целью поддержать отношения с коллегами и клиентами.

В структуре компетенции корпоративного общения необходимо отметить экстралингвистические компоненты. Например, такие компоненты, как статус участников корпоративного общения и их поведение в коммуникативной виртуальной ситуации. Участники общения выступают в официальных статусах и их взаимодействие направленно на достижение целей и конкретных задач. Специфической особенностью корпоративного общения является регламентация процесса общения, т. е. соблюдение всеми участниками социального статуса друг друга, подчинение установленным ограничениям, которые определяются на-

циональными и культурными традициями, а также профессиональными принципами. Соответственно в отношении речевого поведения ожидается, что обмен информацией (сведениями) между участниками корпоративного общения в виртуальной среде носит не личный характер и подчинен совместному решению поставленной задачи.

Корпоративное общение можно рассмотреть как речевое общение между собеседниками, которые «обладают необходимыми полномочиями от своих организаций (учреждения, фирмы и т.д.) для установления деловых отношений, разрешения спорных вопросов или выработки конструктивного подхода к их решению» и используют как канал общения Интернет-технологии [информация с сайта: <http://mgup-vm.narod.ru/russian/08.html>]. Это значит, что в отличие от деловых бесед и совещаний по телефону, которые могут проводиться в рамках какой-либо организации (учреждения, фирмы и т.п.) между его сотрудниками, переговоры – процесс, участники которого являются представителями хотя бы двух сторон (учреждений, фирм и т.д.), уполномоченными осуществлять соответствующие деловые контакты и заключать договоры.

При ведении корпоративных переговоров одни участники общения оказываются более подготовленными, а другие – менее. Когда лидер (руководитель) говорит, все соглашаются, когда говорит подчиненный, он старается свое мнение приближать к мнению лидера. Люди склонны общаться с равными им по положению на одном уровне, с начальниками – как бы «снизу», а со своими подчиненными – как бы «сверху». Обычно группы поддерживают статусный баланс, а не однородность.

В современных публикациях на данную тему [36; 41; 47] встречается термин «иерархическая пирамида», обозначающий межуровневую коммуникацию между участниками общения: при обмене информацией между руководителями и сотрудниками закрепляются отношения подчинения, зависимости, неравенства. Демонстрация социального статуса участниками корпоративного общения отражается на эффективности телефонных переговоров. Следствием действия данного явления для корпоративной online-коммуникации оказывается пробле-

ма передачи информации по «звеньям иерархической пирамиды» и, соответственно, эффективности обратной связи.

Люди, занимающие одинаковый статус, понимают друг друга с «полуслова», им не требуются детальные объяснения. Ученые называют это явление обмен деловой информацией «по горизонтали» (т.е. между представителями одного уровня профессионального положения).

«Вертикальная коммуникация» – это обмен информацией между участниками корпоративной коммуникации вверх и вниз по иерархическим уровням. Необходимо отметить, что эффективность данного вида коммуникации значительно ниже. Это объясняется тем, что на пути прохождения информации от источника (говорящего) к адресату в любой «иерархической пирамиде» присутствуют звенья-посредники. Посредниками могут становиться линейные руководители, секретари, ассистенты, канцелярские работники и др. Устные сообщения при передаче с одного уровня на другой (как вниз, так и вверх) могут быть сокращены, отредактированы, искажены, прежде чем они дойдут до получателя (эффект "испорченного телефона") [154].

Другая причина, вызывающая низкую эффективность «вертикальной коммуникации», связана с убеждением, что подчиненным вовсе не обязательно знать о положении дел на предприятии в целом, они должны выполнять поставленные: перед ними задачи, исполнять принятые решения и не задавать лишних вопросов.

Вертикальная коммуникация, таким образом, может осуществляться в нисходящем и восходящем направлении.

Нисходящее направление. Коммуникативный поток, который перемещается от одного уровня в группе или организации к другому, более низкому, является нисходящим. Он используется руководителями групп для постановки задач, описания работ, информирования о процедурах подчиненных с тем, чтобы выделить проблемы, требующие внимания, предложить варианты обратной связи по результатам работы. При этом чем больше уровней проходит информация, тем меньше вероятность того, что она не будет искажена. Наиболее ха-

рактрным примером нисходящего направления корпоративного общения является коммуникационное взаимодействие начальника со своими подчиненными.

Восходящее направление. Восходящая информация в организациях перемещается от более низкого к более высокому уровню. Она используется для обратной связи подчиненных с руководством с целью информирования о результатах работы и текущих проблемах. Такой вид корпоративного общения служит средством доведения до сведения руководителей мнения работников. Руководители полагаются на данную информацию при анализе того, как улучшить положение дел в организации. В некоторых организациях восходящая информация используется руководителями более низкого звена для информирования средних и высших руководителей (например, подготовка отчетов), при проведении обсуждений, где работники получают возможность рассматривать проблемы со своим руководителем или с представителями высшего руководства [информация с сайта: <http://lo1.ru/gos/13/3.2.htm>].

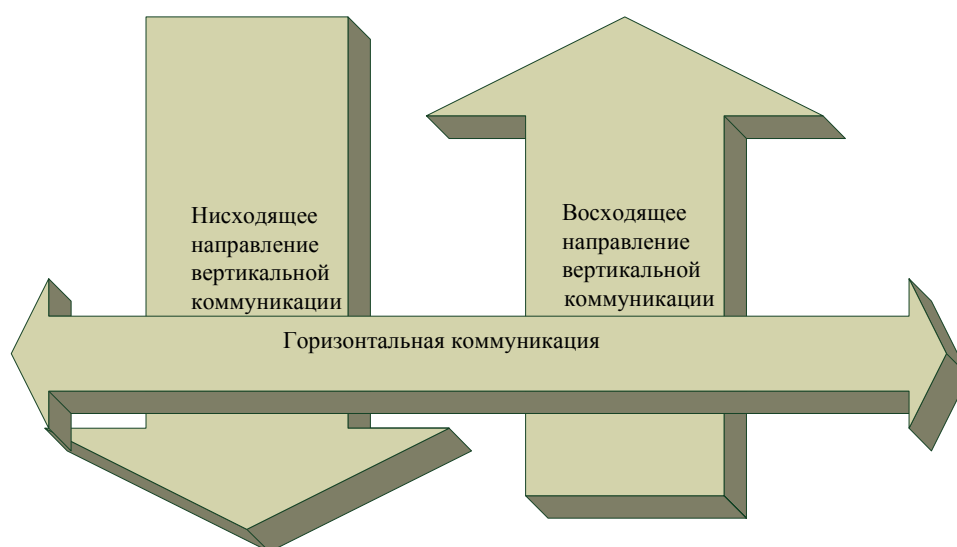


Рис. 5 – Классификация корпоративного общения «по вертикали» и «по горизонтали»

Участники корпоративного общения, обладая определенным статусом (профессиональным, социальным, культурным), в процессе переговоров исполняют роли, обусловленные характером коммуникативной ситуации.

Корпоративное общение нельзя рассматривать лишь как «отправление информации какой-то передающей системой или как прием ее другой системой, потому что в отличие от простого «движения информации» между двумя устройствами» [182] здесь мы имеем дело с отношениями двух индивидов, каждый из которых является активным субъектом. Обмен информацией между ними предполагает налаживание совместной деятельности. Это значит, что каждый участник корпоративного общения предполагает активность также и своего партнера, он не может рассматривать его как некий объект. Другой участник предстает тоже как субъект, и отсюда следует, что, направляя ему информацию, необходимо ориентироваться и на его мотивы, цели, установки общения. Поэтому в процессе корпоративного общения происходит не простое движение информации, а, как минимум, активный обмен ею с использованием средств Интернет-технологий. Главная особенность дистанционного корпоративного общения состоит в том, что здесь особую роль играет для каждого его участника «значимость информации, потому что люди не просто обмениваются знаниями, но и стремятся при этом выработать общий смысл. Это возможно, но лишь при условии, что информация не просто принята, но и понята, осмысленна» [182]. Суть корпоративного общения – не просто взаимное информирование, а совместное постижение предмета коммуникации, то есть процесс корпоративного общения предполагает отношения в системе «субъект – субъект».

Исследователи выделяют три основных стиля корпоративного общения:

– ритуальный стиль, в соответствии с которым главной задачей партнеров является поддержание связи с социумом, подкрепление представления о себе как о члене общества. В ритуальном общении партнер – лишь необходимый атрибут, его индивидуальные особенности несущественны в отличие от следования роли – социальной, профессиональной, личностной;

– манипулятивный стиль, при котором к партнеру относятся как к средству достижения внешних по отношению к нему целей. Огромное количество профессиональных задач предполагает именно манипулятивное общение.

По сути, любое обучение, убеждение, управление всегда включают манипулятивное общение;

– гуманистический стиль, который направлен на совместное изменение представлений обоих партнеров, предполагает удовлетворение такой человеческой потребности, как потребность в понимании, сочувствии, сопереживании [информация с сайта: <http://www.gipp.ru/viewer.php?id=19291>].

В целом корпоративное общение во многом повторяет метафорическую модель немецкого психолога, автора трёхтомного труда «Говорить друг с другом» Ф. ШульцафонТуна [237–240]. Корпоративное общение, по мнению Ф. ШульцафонТуна, представляет собой комплексное явление, успех которого зависит от того, понимает ли адресат то, что хотел сказать говорящий.

Das Kommunikationsquadrat (коммуникативный квадрат)

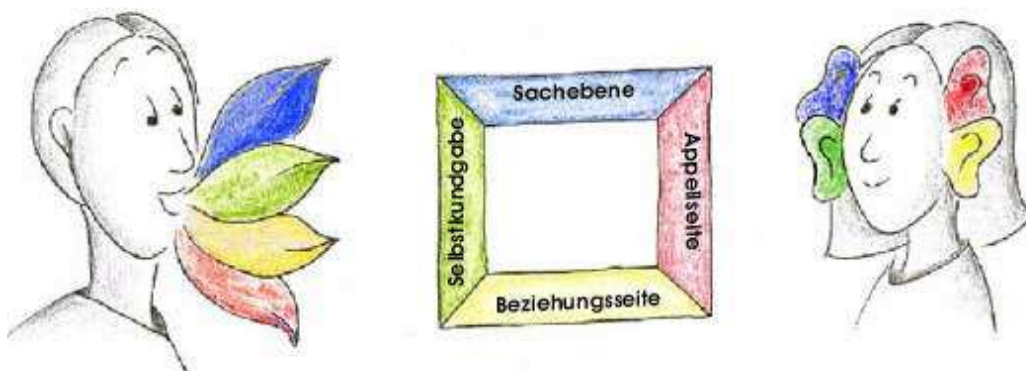


Рис. 6 – Коммуникативный квадрат

По модели ШульцафонТуна, информационное сообщение посылается и принимается с помощью 4-х «частот (каналов)»: говорящий передает информацию посредством «четырех языков», адресат слышит «четырьмя ушами».

1 канал: предметная информация «Что именно я хочу сообщить» (eine Sachinformation «worüber ich informiere»). Предметная информация – канал информации о положении вещей, содержащий непосредственно факты и данные о положении вещей в сообщении. Другими словами, «что именно я хочу сообщить». Каждое сообщение несет в себе чаще всего некую конкретную информацию о положении вещей. Задача лица, передающего информацию, заключа-

ется в том, чтобы передать данную информацию ясно и понятно. При анализе данного канала тот, к кому обращено сообщение, не должен принимать во внимание особенности жестикующей говорящего или свое отношение к нему.

2 канал:каналоткровения«Я»-сообщение» (eine Selbstkundgabe (was ich von mir zu erkennen gebe). Канал откровения(«Я»-сообщение) передает «Я» говорящего – сознательно или бессознательно.В каждом сообщении содержится информация о личности говорящего. Говоря, мы всегда вкладываем в сообщение часть своей личности, делая это явным. Это касается как намерения создать о себе определенное впечатление, так и невольного раскрытия внутреннего мира говорящего. Каждое сообщение становится, таким образом, частичным слепком его личности.

3 канал:канал отношения «Что я думаю о тебе» («Ты»-сообщение) или «В каком взаимоотношении мы находимся» (einen Beziehungshinweis «wasichvondirhalteundwieichzudirstehe. Данный канал выражает отношение к собеседнику. Особенности того, как мы обращаемся к людям, окружающим нас, демонстрируют наше мнение о них. Подобные нюансы заключаются в формулировке сообщения, жестикующей и мимике, интонации и тоне. С другой стороны, в зависимости от выраженного к нам отношения мы чувствуем, что нас принимают или отвергают, берут под опеку или не воспринимают всерьёз. Хорошее взаимоотношение выражается в беседе «от равного к равному с взаимным уважением».

4 канал:канал воззвания передает некое желание говорящего или призыв к какому-либо действию.«Чего я хочу добиться, передавая это сообщение?»(einenAppell «wasichbeidirerreichenmöchte»). Коммуникация ведется обычно с определенной целью. Полученное сообщение вызывает у адресата стремление думать, ощущать, или делать определенные вещи (либо стремиться к их воплощению). Попытка оказать влияние на собеседника может быть в той или иной степени открыта или же скрыта – в данном случае Ф. ШульцомфонТуном употребляется термин «манипуляция».

Четыре канала задействованы в любой ситуации корпоративной коммуникации, хотя и с разной степенью интенсивности. Так, принято полагать, что 2-ой и 3-ий каналы действуют на уровне личности и отношений; 1-ый и 4-ый – на уровне фактов и содержания. Корпоративное общение касается в первую очередь уровня фактов и содержания. Но, по мнению А. Бюлера, без доверия в бизнесе практически нет перспектив; доверие на переговорах складывается на основе следующих предположений: о том, что у партнера есть установка на кооперацию; о том, что реакции и поведение партнера можно предсказать, и о том, что партнер заинтересован в решении проблемы. А необходимое доверие создается не столько на уровне деловых фактов и цифр, сколько совокупностью проходящих как сознательно, так и подсознательно процессов взаимной интерпретации прагматических элементов общения, т.е. на уровне личности и отношений [229].

Зарубежными и отечественными исследователями (М.В. Киселева, А.К. Маркова, Т.Н. Персикова, Е.Н. Скаженик, ШульцфонТун, Т. Квастхоффом, Ф.А. Хазе, Б.Х. Шпицгерн и др.) было отмечено противоречие между потенциальными и реальными возможностями корпоративного общения. С одной стороны, корпоративное общение значительно расширяет возможности общения; с другой – участие в корпоративном общении связано с рядом ограничений, обусловленных техническими и личностными факторами [244; 262].

Необходимо отметить, что представленные в научной литературе классификации корпоративного общения на виды и уровни достаточно условны, т.к. в реальной жизни элементы разных видов и уровней корпоративного общения тесно сосуществуют и их трудно отделить друг от друга. Большинство характеристик данного общения могут варьироваться, а именно:

- корпоративное общение может быть прямым или дистантным, если его участники удалены друг от друга;
- корпоративное общение опосредованно, если оно осуществляется посредством информационно-коммуникационных технологий;

– в зависимости от используемого технического способа коммуникации, корпоративное общение может быть синхронным и асинхронным, то есть отсроченным по времени.

Кроме того, в корпоративном общении может использоваться как письменная, так и устная речь, в зависимости от используемых коммуникационных технологий.

С точки зрения организации корпоративного общения по признаку количества участников корпоративное общение может быть диалогическим или полилогическим. Причём ряд способов общепринятого корпоративного общения, таких как форумы, дискуссии, списки, рассылки, видеоконференции, рассчитан в первую очередь на полилогическое общение.

С точки зрения используемого языка корпоративное общение может осуществляться на родном или иностранном языке.

Таким образом, можно сделать следующий вывод об общих характеристиках корпоративного общения: говорящий и адресат являются представителями одной/разных культур; каналом коммуникации являются информационно-коммуникационные технологии (например, сеть Интернет), корпоративное общение осуществляется в устной/письменной форме, в синхронном/асинхронном режиме; оно может быть как диалогическим, так и полилогическим; речевое сообщение представляет собой устный/письменный текст, воспроизводимый и воспринимаемый на родном/иностранном языке; ситуация общения характеризуется опосредованностью, обусловленной информационно-коммуникационными технологиями; корпоративное общение может быть дистантным, межличностным, частным или официальным, стереотипным, кооперативным, информативным и фактическим.

Таким образом, представляется возможным выделить следующие умения, необходимые специалисту, осуществляющему корпоративное общение:

1. Навыки ведения корпоративного общения для актуализации корпоративных целей и ценностей (умения вступать в общение, поддерживать его, захватывать и удерживать инициативу, умение завершать общение).

2. Умение ориентироваться в ситуации корпоративного общения и выбирать тактику поведения.

3. Умение конструировать корпоративное общение с коллегами на основе корпоративной культуры организации на родном и на иностранном языке.

4. Умение самостоятельно принимать решения в контексте корпоративной культуры и корпоративного общения.

5. Умение координировать и регулировать корпоративное общение с позиции слагаемых корпоративной культуры.

6. Умение работать в поликультурной команде: обмениваться информацией, поддерживать коллег, проявлять готовность помочь.

7. Умение устанавливать партнерские отношения в ходе взаимодействия с коллегами в поликультурной команде.

8. Умения, связанные с использованием сети Интернет (набор электронных сообщений, использование электронной почты): умение открыть/закрыть нужный сайт, умение зарегистрироваться и создать учетную запись; умение отправлять/получать сообщения; умение пользоваться программным обеспечением пакета «MicrosoftOffice», включая работу с аналогами программы Skype для виртуального общения через Интернет.

Корпоративное общение определяет структуру и содержание компетенции корпоративного общения, которую мы определяем как совокупность знаний, умений, опыта и мотивов, необходимых сотрудникам многонациональной компании для осуществления поликультурного общения в деловой и производственной сфере деятельности компании с использованием разнообразных технических средств.

Корпоративное общение составляет основу компетенции корпоративного общения, с помощью которого происходит передача сведений большому количеству людей внутри компании, поскольку компетенция корпоративного общения предполагает знание корпоративной культуры, а также готовность специалиста осуществлять корпоративное общение, в том числе и иноязычное, как в

устной, так и в письменной форме профессиональной и непрофессиональной сферах деятельности.

Компетенция корпоративного общения является инструментом реализации стратегии компании и формируется в процессе корпоративного обучения, что актуализирует необходимость рассмотрения корпоративного обучения и выявления его отличительных черт.

1.3. Отличительные черты корпоративного обучения и его роль в процессе формирования компетенции корпоративного общения

Формирование компетенции корпоративного общения наиболее эффективно в процессе корпоративного обучения. Корпоративное обучение является непрерывным образовательным процессом внутри компании, отвечающим актуальным требованиям корпоративной культуры компании, которое постоянно адаптируется к новым требованиям компании и рынку труда.

В процессе изменения взглядов на развитие компании менялось и определение сущности корпоративного обучения, его целей и задач.

В списке терминов Департамента занятости Великобритании (1981 г.) корпоративное обучение определяется как систематическое развитие знаний, навыков и подходов к профессиональной деятельности, необходимых работнику компании для обеспечения должного уровня выполнения его служебных обязанностей и решения проблем, возникающих в процессе его профессиональной деятельности.

Д. Хинричс предлагает следующее определение понятия «корпоративное обучение» – это процесс, организованный и инициированный компанией, направленный на стимулирование повышения профессионального уровня ее работников с целью увеличения их вклада в достижение максимальной эффективности деятельности компании [212].

В работе П.М.Новикова корпоративное обучение характеризуется как определенное направление занятости, вызванное потребностями внутрифирмен-

ного рынка труда и реализуемое путем предоставления образовательных услуг персоналу [138].

По определению, предложенному Г.А.Трофимовым: «Корпоративное обучение – это систематический процесс подготовки персонала, вписанный в общую политику развития человеческих ресурсов, который способствует решению специфичных для конкретной фирмы проблем, где задействованы собственные или внешние преподаватели, и направленный на изменения поведения работника в целях наилучшего достижения целей организации» [199].

В нашем исследовании мы разделяем точку зрения Ю.Л. Бадаева и под корпоративным обучением понимаем специально организованную педагогическую систему, функционирование которой обеспечивает устранение несоответствия между внутрифирменными требованиями к специалисту и уровнем его подготовки; формирование новых компетенций в связи с необходимостью изменения профессиональных обязанностей в интересах фирмы и работника [16].

Анализ материалов, представленных в работах ученых в области осуществления корпоративного обучения (В.М. Зуева, Ю.П. Кристова, П.М. Новикова и др.), позволил выделить следующие возможности корпоративного обучения: возможность удовлетворения запросов работающего персонала путем его участия в различных формах корпоративного обучения; возможность постоянной адаптации к требованиям производства, рынка труда, структурным изменениям в экономике страны; возможность осуществления сближения и разумного объединения интересов работодателей и работников, направленных на повышение конкурентоспособности как самих работников, так и производимых ими товаров и услуг; возможность представления корпоративного обучения в качестве механизма, позволяющего руководителям гасить социальные противоречия внутри организации [176].

Целью корпоративного обучения является не столько передача знаний, сколько формирование корпоративных компетенций и ориентации на изменение индивидуального и группового поведения.

По мнению немецких специалистов В. Бартца и Х. Шайбла, цели корпоративного обучения с точек зрения работодателя и сотрудника существенно отличаются. С позиции работодателя целями корпоративного обучения являются: организация и формирование персонала управления; овладение умением определять, понимать и решать проблемы; воспроизводство персонала; интеграция персонала; гибкое формирование персонала; адаптация; нововведения [201] .

Цели, которые ставит перед собой сотрудник, по мнению В. Бартца и Х. Шайбла, заключаются в следующем: поддержание на соответствующем уровне и повышение профессиональной квалификации; приобретение профессиональных знаний вне сферы профессиональной деятельности; развитие способностей в области планирования и организации производства; развитие корпоративных компетенций.

Таким образом, корпоративное обучение – это непрерывный процесс, который инициирован и управляется самой компанией и основан на стремлении к достижению единства интересов каждого отдельного работника и компании в целом.

Среди основных факторов, отражающих особенности корпоративного обучения, можно выделить следующие:

1. Активное внедрение новой техники и технологий, являющееся следствием бурного технического прогресса, часто влечет за собой отмирание или изменение некоторых видов работ. В связи с этим необходимая квалификация работника и управленца не может быть гарантирована базовым образованием и опытом предыдущей деятельности.

2. Мир превращается в рынок без границ с высоким уровнем соревновательности, поэтому организации, имеющие современную систему инженерной и управленческой подготовки, а также программы непрерывного образования, находясь в первых рядах совершенствующих свои методы работы, лидируют в условиях конкуренции.

3. Значительно более экономичным и эффективным для фирмы является повышение отдачи от уже работающих сотрудников на основе непрерывного обучения, чем привлечение новых работников [181].

Корпоративное обучение, в отличие от традиционного «профессионального обучения», имеет свои характерные черты, отражая систему совместно принятых ценностей, норм поведения, которые понимаются, одобряются, формируются всеми членами организации как сообщества. К характерным чертам корпоративного обучения можно отнести следующие:

1. В корпоративное обучение должны быть вовлечены все сотрудники. Организации, также, как и люди, различаются способностью учиться. Отсутствие этой способности пагубно влияет на конкурентоспособность.

2. Корпоративное обучение должно носить опережающий характер по отношению к структурным изменениям, обновлению. Стремительное развитие науки и техники, динамичность социальных изменений приводят к появлению новых сфер деятельности, ранее не существовавших, к образованию барьера между накоплением знаний и подготовленностью персонала к их внедрению и эффективному использованию. Преодоление такого барьера возможно лишь при условии, что обучение опережает потребности практики.

3. Корпоративное обучение должно быть мотивирующим и направленным на формирование потребности овладения новыми знаниями, навыками, способностями, на осознание необходимости личного саморазвития и самореализации. Повышая квалификацию и приобретая новые навыки и знания, работники получают дополнительные возможности для профессионального роста как внутри своей организации, так и вне ее. Корпоративное обучение также способствует общему интеллектуальному развитию человека, укрепляет уверенность в себе.

4. Корпоративное обучение непрерывно как в приобретении профессиональных знаний, навыков и умений, так и в социально-культурном отношении.[2; 17; 19]

Формирование компетенции корпоративного общения в условиях корпоративного обучения представляет собой динамический цикл, названный в

работах немецких ученых (С. Лютгенс, Д. Штаэрк [137]) «**A.K.T.I.O.N.**» (рис. 7), где:

A – Analyse (Анализ) – состояние дела (анализ мнений сотрудников, постановка целей, разработка стратегии, планирование программы развития);

K – Konzeption (Концепция) – советы, рекомендации по ведению стратегического общения;

T – Text (Текст) – креативное оформление, обработка информации, использование технических средств обучения;

I – Implementierung (Реализация) – принятие решения, планирование мероприятий, затраты и временная шкала;

O – Operation (Операция) – перераспределение запланированных мероприятий согласно запланированной программе развития;

N – Nacharbeit (Усовершенствование) – оценка, анализ эффективности, коррекция.

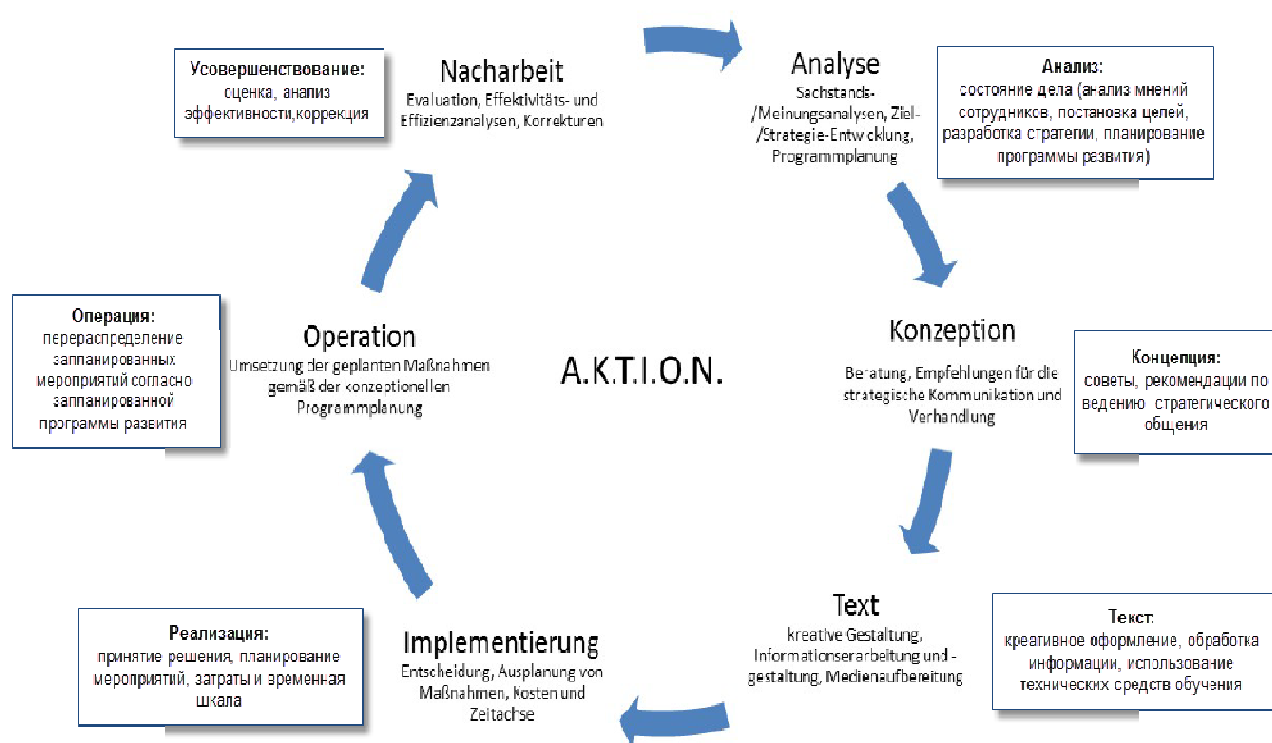


Рис. 7 – Динамический цикл формирования компетенции корпоративного общения

Таким образом, в нашем исследовании мы выделяем следующие отличительные черты корпоративного обучения при формировании компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий:

- в корпоративном обучении участвуют все сотрудники компании, независимо от занимаемой должности;
- основополагающей базой для корпоративного обучения является профессиональное образование и опыт работы в компании;
- корпоративное обучение базируется на активных методах обучения с использованием современных информационно-коммуникационных технологий;
- корпоративное обучение носит мобильный характер, поскольку проходит на рабочем месте и, при использовании информационно-коммуникационных технологий, не зависит от местонахождения сотрудника компании;
- корпоративное обучение ориентировано на формирование корпоративных компетенций сотрудника компании, т.е. на повышение эффективности деятельности компании;
- корпоративное обучение оперативно реагирует на изменения, происходящие в обществе, экономике и в самой компании;
- корпоративное обучение базируется на корпоративной культуре компании, т.е. помимо формирования корпоративных компетенций направлено на формирование ценностей, убеждений и мировоззрения сотрудников компании;
- корпоративное обучение повышает конкурентоспособность сотрудника, мотивируя его на формирование потребности овладения новыми компетенциями, поскольку, приобретая новую компетенцию, он повышает свою конкурентоспособность.

Стремительно развивающиеся международные контакты, новейшие технологии, обеспечивающие оперативный обмен информацией, требуют подготовки специалистов, владеющих искусством корпоративного общения. Круг лиц, связанных по роду своей деятельности с зарубежными партнерами, значительно расширился. Чтобы успешно вести дела с зарубежными фирмами, необ-

ходимо знать общепринятые правила и нормы корпоративного общения, уметь вести переговоры и беседы не только на родном, но и на иностранном языке.

В рамках подготовки современного специалиста, осуществляющего корпоративное общение в сфере международного сотрудничества, особое внимание уделяется корпоративному иноязычному общению. Во многом от того, насколько сотрудники владеют искусством корпоративного общения, в том числе и на иностранном языке, зависит успех их профессиональной деятельности.

Для компетентного специалиста уже недостаточно профессиональных знаний на родном языке. Владение иностранным языком – необходимое условие его профессионализма, позволяющее работать с информацией, доступной мировому сообществу, а также общаться с коллегами по профессии в разных странах.

Корпоративное общение – не просто вербальный процесс. Его эффективность зависит от множества факторов: знания языка, условий и культуры корпоративного общения, правил этикета, знания невербальных форм выражения (мимики, жестов), наличия глубоких фоновых знаний, учёта особенностей менталитета носителей языка и многого другого.

При этом основным критерием уровня сформированности компетенции корпоративного общения следует считать не языковую компетентность в целом, выражающуюся в соблюдении языковых норм, а «способность к эффективному корпоративному общению на иностранном языке, отражающую социальные, культурные концепты иной социальной общности» [35].

На Западе учебные курсы и тренинги, направленные на формирование компетенции корпоративного общения есть практически в каждом университете и колледже, издается множество научной и популярной литературы (Anne Buscha, Giesela Linthout «Geschäftskommunikation», Volker Eismann «Erfolgreich am Telefon und bei Gesprächen im Büro», «Erfolgreich bei Präsentationen», «Erfolgreich in Besprechungen», «Erfolgreich in der geschäftlichen Korrespondenz», «Erfolgreich in der interkulturellen Kommunikation», «Erfolgreich in Verhandlungen», «Деловое общение», «Быть успешным в телефонных переговорах и беседах в офисе», «Быть успешным на пре-

зентациях», «Быть успешным на переговорах», «Быть успешным в письменной коммуникации» ит.д. [270–275].

К сожалению, в нашей стране в течение долгого времени вопросам формирования компетенции корпоративного общения (технологиям ведения деловых бесед и переговоров по телефону, презентаций ит.д., и т.п.) вообще не уделяли внимания, полагая, что здесь нечему учить.

Компетенция корпоративного общения предполагает знание корпоративной культуры, а также готовность специалиста осуществлять корпоративное общение, в том числе и иноязычное, как в устной, так и в письменной форме, в профессиональной и непрофессиональной сферах деятельности.

Наиболее эффективно осуществить эту задачу может помочь обучение иностранному языку в процессе корпоративного обучения, которое предполагает обучение иноязычному общению, а также «развитие личности, интегрированной в мировую культуру, обладающей гуманистическим мировоззрением, открытостью по отношению к другим культурам. Обучение иностранному языку тесно связано с его использованием как метода познания мировой и национальных культур», неотъемлемой частью которой является и корпоративная культура[216].

Изучение иностранного языка является многогранным процессом и способствует достижению цели повышения уровня образованности, эрудиции специалиста в рамках его специальности [142]. Обладая коммуникативной направленностью и имея двусторонние связи с общественными и со специальными дисциплинами, иностранный язык находится на стыке гуманитарных и специальных предметов. В обучающей организации, где сотрудники совершенствуют профессиональные умения, обучение иностранному языку имеет свою специфику. Иностранный язык приобретает статус профессиональнонаправленного. Специфическая особенность обучения иностранному языку в данном случае заключается в том, что для каждой специальности и профессиональной области составляется курс иностранного языка, характерный непосредственно для данной

специальности, что позволяет включить в курс и знакомство сотрудников с корпоративной культурой, и формирование компетенции корпоративного общения.

Принимая во внимание тот факт, что целью преподавания иностранного языка является иноязычное общение и выход в коммуникацию с представителями других культур в наиболее разносторонне подготовленном для этого состоянии, роль дисциплины «иностраный язык» в формировании компетенции корпоративного общения становится наиболее обоснованной.

Дисциплина «Иностраный язык» не просто способствует обучению корпоративному общению, а служит каналом, по которому оно осуществляется, способом передачи опыта и развития умений общаться в компании.

В концепции Е.И. Пассова обучение иностранному языку включает в себя четыре процесса:

1) познание, которое нацелено на овладение культурологическим содержанием изучаемого языка (сюда относится культура страны в целом, включая знакомство с корпоративной культурой);

2) развитие, которое нацелено на овладение психологическим содержанием изучаемого языка (способности, психические функции и т.д.);

3) воспитание, которое нацелено на овладение педагогическим содержанием изучаемого языка (нравственный, моральный, этический аспект);

4) учение, которое нацелено на овладение социальным содержанием изучаемого языка, социальным в том смысле, что речевые умения усваиваются как средства общения в социуме, в обществе [150, с.36].

Таким образом, дисциплина «иностраный язык» применительно к формированию компетенции корпоративного общения обладает познавательным (культурологическим), развивающим (психологическим), воспитательным (педагогическим) и учебным (социальным) потенциалом.

Рассмотрим каждый из перечисленных потенциалов подробнее.

Познавательный (культурологический) потенциал. В процессе изучения дисциплины «Иностраный язык» происходит приобщение обучаемых к культуре других народов, «формируется представление о диалоге культур как соз-

нательно избираемой жизненной философии, требующей от его участников уважения к другим культурам, языковой, этнической и расовой терпимости, речевого такта, готовности к изучению культурного наследия мира, к духовному обогащению достижениями других культур, к поиску ненасильственных способов решения противоречий и конфликтов» [225, с. 15–22].

Взаимопонимание в межкультурном корпоративном общении достижимо лишь в том случае, если участники общения знают национальную культуру, «признают её самоценность, т.е. понимают и приемлют менталитет друг друга» [150, с.39].

Поскольку целью иноязычного образования является не столько понимание другой культуры, «сколько духовноесовершенствование обучаемых на базе новой культуры в ее диалоге с родной», овладение культурой есть «постижение системыценностных нормативов народа», в которые, несомненно, входят знания о корпоративной культуре, корпоративном общении и т.д.

В процессе обучения иностранному языку создаются такие условия, в которых обучаемые соотносят себя не только со своей культурой и своей страной, но и с другими культурами и странами, стремятся находить способы взаимодействия с представителями этих культур и социальных групп, испытывают желание сотрудничать с ними.

На занятиях по иностранному языку и в процессе самостоятельной работы создаются условия для развития интереса к истории страны изучаемого языка, к особенностям бизнеса, корпоративных культур и т. д.

Иностранный язык является неотъемлемым компонентом культуры изучаемого языка и является носителем:

- 1) знания о корпоративной культуре, нормах и ценностях страны изучаемого языка;
- 2) знания об иностранном языке как средстве корпоративного общения;
- 3) знания об этикетных нормах поведения, принятых в стране изучаемого языка, а также о речевых нормах (фразы-клише, бланки написания корпоративных писем и т. д., и т. п.);

4) знания, называемые фоновыми [44; 45], которыми располагают все члены данной национально-культурной языковой общности и которые потенциально заложены в топонимике, именах собственных, пословицах, афоризмах, фразеологизмах, крылатых словах, девизах, лозунгах, безэквивалентной лексике, названиях предметов и явлений традиционного и нового быта (реалиях), понятиях, отражающих явления общественного характера и т.п. [150, с.45];

5) знания о невербальных средствах корпоративного общения, принятых в стране изучаемого языка;

По мнению исследователей, эти знания должны: во-первых, быть необходимыми для сознательного овладения речевыми единицами (учебный аспект), во-вторых, использоваться в качестве одного из моментов развития (развивающий аспект) и воспитания (воспитательный аспект), и, в-третьих, служить решению образовательных задач – расширять лингвистический кругозор обучаемых [150, с.46].

Развивающий потенциал (психологическое содержание). Обучение иностранным языкам во все времена строилось с учетом достижений психологии и связывало процесс обучения со становлением и развитием личности.

В современных исследованиях по экспериментальному обучению иностранному языку (Г.И. Воронина, Н.Д. Гальскова, Г.В. Ейгер, В.Н. Иванова, А.А. Леонтьев, Е.И. Негневицкая, З.Н. Никитенко, И.А. Рапопорт и др.) отмечается ряд положительных результатов, применяемых и при формировании компетенции корпоративного общения: обеспечение общего психического развития (в частности речевых способностей); формирование личностных качеств (целеустремленность, активность, самостоятельность); речевое развитие на родном и иностранном языке [116].

Развивающий потенциал иностранного языка, по мнению Е.И. Пассова, направлен на развитие целостной индивидуальности обучаемого (как индивида, субъекта деятельности, личности), а также таких ее свойств, сторон, процессов, механизмов, которые играют наиболее важную роль для процессов познания, воспитания и учения, а следовательно, и для становления индивидуальности.

Развивающий личность обучаемого потенциал иностранного языка при формировании компетенции корпоративного общения усиливается еще и потому, что современный подход к его обучению является личностно-ориентированным, что отвечает педагогической парадигме, дает возможность выстраивать учебный процесс как процесс познания и общения, учитывая также потребности, интересы, темп развития личности обучаемого, исходя из аксиологического подхода в воспитании, а также осуществлять педагогическую поддержку в становлении личности [150].

При этом когнитивность в изучении иностранных языков есть не просто усвоение закономерностей структуры языка, а формирование картины мира обучаемого [116]. Язык не существует вне культуры, т.е. вне социально унаследованной совокупности практических навыков и идей, характеризующих образ жизни [33, с. 11–26]. Изучая иностранный язык, обучаемый не только узнает лингвистические единицы разных уровней, но и знакомится с культурой, ментальностью другого народа, особенностями его повседневного образа жизни, а также с особенностями профессиональной деятельности.

Формирование умений корпоративного общения не только преследует цель сформировать у будущих специалистов словесную культуру (умение вести переговоры, заключать контракты, публично выступать, аргументировано спорить, грамотно писать), но и способствует развитию активности, инициативности, способности отстаивать свои интересы. На наш взгляд, личность и компетенция корпоративного общения специалиста есть «совокупный продукт» всех педагогических систем, действующих и взаимодействующих в высшей школе. Каждая из них, выполняя свое специальное назначение, является компонентом целостной системы формирования личности обучаемого как будущего профессионала [10].

При обучении нормам иноязычного речевого поведения в ситуациях корпоративного общения и «социокультурного обогащения иноязычного языкового сознания происходит раскрытие обучаемым его социальной роли как "личности на рубеже культур"» [44].

Воспитательный потенциал (педагогическое содержание). Иностранный язык обладает огромным воспитательным потенциалом, поскольку с его помощью представляется возможным не только создать образованного человека, но и воспитать личность, обладающую «высокой системой общечеловеческих ценностей, новым мышлением и реалистичным взглядом на современный мир» [150, с. 54].

Ценность иностранного языка как учебной дисциплины и его воспитательный потенциал при формировании компетенции корпоративного общения проявляется в: формировании у обучаемых уважения и интересов к культуре и народу страны изучаемого языка; воспитании культуры корпоративного общения; поддержании интереса к учению и формированию познавательной активности; воспитании потребности в практическом использовании языка в различных сферах деятельности.

Спецификой дисциплины «иностранный язык» является то, что изучается не только язык, но одновременно и культура иного народа, в чем заложен большой воспитательный потенциал. Воспитательный аспект иноязычного образования направлен на духовное совершенствование обучаемых на базе диалога иной культуры и родной.

Значимость иностранного языка при формировании компетенции корпоративного общения состоит в том, что в ходе обучения изучению подлежат разнообразные темы, затрагивающие всевозможные стороны жизнедеятельности человека. Иностранный язык выступает, прежде всего, как средство коммуникации, и главная цель его изучения – развитие иноязычной коммуникативной компетенции, которая носит прагматический характер, т.е. ориентирована на практическую пользу человеческого существования на земле. Очень важным при обучении иностранному языку является содержание учебного материала, так как оно обуславливает социально-сущностную сторону воспитания в процессе обучения [74, с. 7].

Иностранный язык при формировании компетенции корпоративного общения является важным инструментом социализации личности обучающихся

[179]. На основе тематического наполнения учебных программ и пособий по иностранному языку, а также методов и приемов подачи материала происходит моделирование социокультурного пространства.

Именно на занятиях по иностранному языку представляется возможным реализовать важнейшие социально значимые функции личности: коммуникативную, информационную, образовательную, развивающую и другие. Каждая из перечисленных функций по своему «обеспечивает включение личности в многомерное социокультурное пространство».

Воспитательные возможности заключены также помимо содержания используемых материалов в методической системе обучения и личности преподавателя и в его стиле поведения.

Формирование компетенции корпоративного общения на занятиях по иностранному языку обогащает человека во многих смыслах, так как повышает не только практический эффект обучения, выражающийся в приобретении новых знаний, но также вносит существенный вклад в формирование человека как личности.

Учебный потенциал (социальное содержание). Учебный потенциал включает в себя те речевые умения, которыми должен овладеть учащийся как средствами общения – говорение, аудирование, чтение и письмо, а также само умение общаться, что является важным при формировании компетенции корпоративного общения.

Как считает И.А. Зимняя, «в качестве основного объекта обучения в преподавании иностранного языка выступает речевая деятельность – общение» [92]. Рассматривая соотношение в психолингвистическом плане понятий «язык» как предмет изучения и речевую деятельность (на изучаемом языке) как цель обучения, И.А. Зимняя определяет следующие особенности иностранного языка как учебной дисциплины. Во-первых, он (язык) не дает человеку новых знаний об объективном мире, во-вторых, будучи «беспредметным», изучение

языка удовлетворяет специфическую потребность в общении с его помощью. В-третьих, язык как учебный предмет «беспределен» и «безразмерен» [93].

С другой стороны, особенностью обучения иностранному языку является то, что общение в обучении выполняет не только обслуживающие функции, связанные с освоением предметных знаний, умений и навыков, но и обладает самоценностью, так как выступает в качестве цели, содержания и результата учебного процесса.

Специфика формирования компетенции корпоративного общения на занятиях по иностранному языку состоит в том, что в процессе обучения усваиваются не только знания, но и способы передачи информации (коммуникация), взаимодействия (интеракция) и понимания друг друга (перцепция).

Само занятие по иностранному языку в силу своей специфики является общением, в процессе которого преподаватель должен создавать коммуникативную обстановку, подталкивающую обучающихся к речевой активности, формируя тем самым своеобразную модель процесса общения.

Еще один способ интенсификации работы по формированию компетенции корпоративного общения у сотрудников компании заключается в обеспечении соответствия содержания профессиональной деятельности содержанию программы по иностранному языку. Это позволяет создавать ситуации, близкие к реальному корпоративному общению.

Иностранный язык становится как бы логическим продолжением профессиональной деятельности и соединяет, интегрирует в себе и область познания профессиональной сферы, и область познания самого себя. Ведь чем больше содержание программы по иностранному языку соответствует потребностям и интересам сотрудников компании, наполнено для них лично-значимым смыслом, тем выше их ценностное отношение к предмету изучения, интерес и потребность в познании, то есть мотивация к изучению языка [информация с сайта: <http://www.sgu.ru/files/nodes/77385/Kuznecova.pdf>].

Все ранее упомянутые составляющие формирования компетенции корпоративного общения в рамках дисциплины «Иностранный язык» рассматриваются в совокупности и повышают качество образовательного процесса.

Обучение иностранному языку является той ступенью, где человек совершенствует знания и умения, приобретенные им за предыдущий период. На первый план выступает использование иностранного языка для получения новой информации, которая бы расширяла его информированность в различных областях знания, вводила бы в новые сферы их применения, стала бы средством получения профессионально значимой информации.

Формирование компетенции корпоративного общения на занятиях по иностранному языку в процессе корпоративного обучения решает три основные задачи [79]:

- накопление новой информации о языке и корпоративной культуре стран изучаемого языка;
- овладение новыми языковыми и речевыми средствами для осуществления корпоративного общения;
- речевое воздействие на партнёра по корпоративному общению (в различных режимах учебной коммуникации) с помощью иноязычных (усвоенных или усваиваемых) средств.

Именно в процессе формирования компетенции корпоративного общения в обучении иностранным языкам возникает острая необходимость в рамках «живого» общения на занятиях моделировать ситуации корпоративного общения, для того чтобы компенсировать отсутствие естественного, непосредственного корпоративного общения.

Воссоздать ситуацию «живого» общения на занятиях по иностранному языку возможно средствами предметного и социального моделирования профессиональной деятельности, основанной на трех модулях: задания на переработку знаковой информации; выбор информации с профессиональными ситуациями корпоративного общения из новых источников; вхождение в интерак-

тивные группы для получения нового знания в ходе разрешения проблемной ситуации корпоративного общения [127].

При этом интерактивными методами активизируется речевая активность обучаемого: деловая игра обеспечивает развитие теоретического и практического мышления, способствуя усвоению профессиональных действий (норм) и норм отношений участников производственного процесса; ролевая игра вызывает интерес к иноязычному деловому общению, приближая к реальной профессиональной коммуникации, качественно изменяя речь (разнообразие диалогических единиц, эмоциональность высказывания, объем речи).

Интерактивное обучение на занятиях по иностранному языку основано на интеракции (от англ. *interaction* – «взаимодействие, воздействие друг на друга»). Суть интерактивного обучения состоит в том, что учебный процесс организован таким образом, что практически все обучаемые оказываются вовлеченными в процесс познания, они имеют возможность понимать и рефлексировать по поводу того, что знают и думают, и это, несомненно, является важным для корпоративного общения. Совместная деятельность обучаемых в процессе формирования компетенции корпоративного общения означает, что каждый вносит свой индивидуальный вклад в ее создание, происходит обмен знаниями, идеями, способами деятельности. Причем осуществляется это в атмосфере доброжелательности и взаимной поддержки, что не только позволяет получать новое знание, но и развивает саму познавательную деятельность, переводит ее на более высокие формы кооперации и сотрудничества [153]. Интерактивные методы взаимодействия основаны на принципах активности обучаемых, опоре на групповой опыт, обязательной обратной связи. Создается среда образовательного корпоративного общения, которая характеризуется открытостью, взаимодействием участников, «равенством их аргументов, накоплением совместного знания, возможностью взаимной оценки и контроля». В процессе обучения происходит межличностное познавательное корпоративное общение и взаимодействие всех его субъектов. Развитие индивидуальности каждого обучаемого и воспитание его личности происходит в ситуациях корпоративного

общения и взаимодействия людей друг с другом в процессе корпоративного обучения.

Таким образом, использование иностранного языка для формирования компетенции корпоративного общения в процессе корпоративного обучения создает основу для развития общего кругозора, а развитие речевых навыков активизирует работу памяти, мышления и других психических процессов. Все это создает прочный базис для формирования компетенции корпоративного общения специалиста в процессе корпоративного обучения, позволяя специалисту принимать активное участие в «жизни» компании и включаться в процессы, происходящие в современном мире.

Проведенный анализ актуализирует необходимость разработки модели формирования компетенции корпоративного общения, а также выявления наиболее продуктивного средства формирования данной компетенции.

1.4. Модель формирования компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий

Основной целью предпринятого нами исследования явилась разработка педагогической модели формирования компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий.

Необходимо уточнить исходные понятия: «моделирование» и «модель».

Моделирование как метод научного познания, по мнению С.И. Архангельского, позволяет не только отразить особенности этого процесса, но и раскрыть его структуру, динамику развития, взаимосвязи компонентов (цели, задачи, формы, методы, педагогические условия и т.д.), что в конечном итоге повысит эффективность формирования компетенции корпоративного общения [9].

Модель – это схема, изображение или описание некоего природного или общественного, естественного или искусственного процесса, явления или объекта [183].

Как отмечает Е.В. Оганесян, модель должна строиться при соблюдении принципа подобия самой модели и проектируемого объекта, а значит, она должна охватывать объект целиком, по важным и узнаваемым признакам [148].

Процессы создания моделей исследуются российскими и зарубежными учеными. В работах по методологии, методике и в педагогических исследованиях В.Г. Афанасьева, В.И. Загвязинского, В.В. Краевского и др. представлены научные требования, которым должна соответствовать любая теоретическая модель [12, 84, 106].

В исследованиях В.Г. Афанасьева называются основные качества модели, среди которых: соответствие, подобие системе-оригиналу; целенаправленность, то есть увязка ее параметров с поставленной перед системой целью, с ожидаемым результатом; нейтральность по отношению к субъективным оценкам и предпочтениям участников моделирования; отвлечение, абстрагирование от некоторых деталей и параметров системы-оригинала [13, с. 28].

Под моделью в нашем исследовании мы понимаем мысленно представляемую или материально реализованную систему, которая, отражая или воспроизводя объект исследования, способна замещать его так, что ее изучение дает нам новую информацию об этом объекте [222].

По мнению И.С. Халитовой [206; 207], моделирование является методом теоретического исследования, при помощи которого можно обобщенно подойти к решению многих педагогических проблем. В сравнении с другими методами познания моделирование помогает изучать объект не непосредственно, а путем исследования другого объекта, аналогичного в определенном отношении первому. Результаты исследования переносятся с модели на объект.

В научно-педагогическом исследовании в настоящее время широко применяется особого рода моделирование, которое принято называть мысленным экспериментом, в ходе которого, наряду с научными предположениями, используют элементы научной фантазии. Мысленный эксперимент представляет собой логическую операцию, основанную на предположении, условии или допуске. Мысленный эксперимент субъективен по характеру замысла и в этом

отношении выходит за пределы реальности, но в логическом отношении он сохраняет непосредственную аналогию с реальным моделированием.

Моделирование в педагогике – это построение принципиальной схемы, отражающей реальный педагогический процесс или явление.

С помощью модели формирования компетенции корпоративного общения представляется возможным описать и обосновать данный процесс с научной точки зрения. Методологической основой создания данной модели явились следующие положения:

Системный подход (А.А. Богданов, Л. фон Берталанфи, Эвард де Боно, Линдон ла Руш, Г. Саймон, П. Друкер, А. Чандлер, С. А. Черногор, А.Н. Малюта и др.). Системный подход в процессе формирования компетенции корпоративного общения специалистов должен реализоваться путем интеграции всех составляющих учебно-воспитательного процесса в целостную, оптимально действующую и динамично развивающуюся педагогическую систему. В работе Ю.А. Кустова, под «динамическим развитием системы понимается педагогически организованное и целенаправленное движение системы от суммативного уровня к органически целостному состоянию, характеризующемуся взаимосвязями ее главных компонентов и основных параметров учебно-познавательной деятельности» [113].

Если рассматривать процесс формирования компетенции корпоративного общения через призму системного подхода, то это должна быть целостная система, включающая взаимосвязанные элементы (компоненты), организованные в определенную структуру.

Компетентностный подход (И. Байденко, И.А. Зимняя, Г.И. Ибрагимов, В.А. Кальней, А.М. Новиков, М.В. Пожарская, С.Е. Шишов, А.В. Хуторской, В.В. Давыдов, П.Я. Гальперин, В.Д. Шадриков и др.) Под компетентностным подходом понимается направленность образования на развитие личности обучающегося в результате формирования у него компетентностей посредством решения профессиональных и социальных задач в образовательном процессе

[90, с. 23]. Подробно компетентностный подход рассмотрен в главе 1.1 данной работы.

Коммуникативно-деятельностный подход (А.Н. Леонтьев, И.А. Зимняя, Г.А. Китайгородская, С.Л. Рубинштейн и др.) Учитывая тот факт, что компетенция корпоративного общения предполагает самостоятельную индивидуальную деятельность специалиста, направленную на установление взаимопонимания и взаимодействия с представителями другой культуры, формирование умений такого общения должно сочетать как коммуникативную, так и деятельностную основу обучения. В связи с этим мы полагаем, что при формировании умений компетенции корпоративного общения необходимо учитывать коммуникативно-деятельностный подход в обучении. Коммуникативно-деятельностный подход основывается на учёте индивидуально-психологических особенностей личности обучаемого и рассматривает его как субъект учебной деятельности, притом все педагогические решения оцениваются через призму личности обучаемого: его потребностей, способностей, мотивов, интеллекта.

В работах отечественных ученых коммуникативно-деятельностный подход рассматривает обучение как деятельность, направленную на приобретение и накопление знаний, навыков и умений; объектом обучения является речевая деятельность, а занятия ориентированы на обучение общению. Преподаватель при этом определяет цель обучения, формирует, направляет и корректирует учебный процесс в целях развития обучаемого как личности. Построение учебного процесса должно быть таким, чтобы при решении коммуникативных задач обучаемые «испытывали потребность и имели возможность реализовать свои намерения, то есть действовать от собственного лица» [54].

Таким образом, данный подход объединяет в себе деятельностную основу коммуникативную направленность обучения.

Личностно-ориентированный подход (Д.А. Белухин, Е.В. Бондаревская, М. Боуэн, К. Роджерс, В.В. Сериков, И.С. Якиманская и др.). Формирование компетенции корпоративного общения строится с учетом личностных особенностей обучающихся и преломляется через личность обучающегося, его интересы и ценностные ориентации. В педагогической литературе указывается, что назна-

чением личностно-ориентированного подхода к образованию является содействие становлению человека, развитию его индивидуальности, творческого начала. Е.В. Бондаревская пишет, что образовать человека значит помочь ему стать субъектом культуры, научить жизнестроительству, что предполагает вовлеченность в этот процесс самого обучаемого [31]. И речь здесь идет не о формировании каких-то компетенций, заранее определенных преподавателем, и не об изменении обучаемого в заданном педагогом направлении, а о помощи обучаемому в развитии личностных качеств, заложенных в нем изначально.

Коллаборативный подход (Т. Джонс, С. Маэрс, Л. Портер, Р. Росс, Р. Славин, М. Сапон-Шеви, Н. Шнивенд и др.) Коллаборативное (совместное) обучение – это образовательный подход, в рамках которого обучение построено на тесном взаимодействии между обучающимися либо между обучающимися и преподавателем для решения проблемы, выполнения задания. Участники процесса получают знания через активный совместный поиск информации, обсуждение и понимание смыслов, беседуют между собой, и посредством подобных разговоров осуществляется обучение.

Основными характеристиками коллаборативного обучения применительно к процессу формирования компетенции корпоративного общения являются следующие:

1. Обучение является активным процессом, согласно которому индивиды усваивают информацию о компании и связывают ее усвоение со знаниями (например, о корпоративной культуре компании), которыми они обладают.
2. Обучение требует решения задач, которые непосредственно связаны с работой компании, обработкой и обобщением информации о ней, а не просто запоминания.
3. Обучающиеся получают пользу от знакомства с точкой зрения коллег.
4. Обучение совершенствуется в условиях корпоративной среды, в которой сотрудники ведут корпоративное общение.

5. В коллаборативной среде обучения его участники развиваются и в социальном, и эмоциональном плане, так как они воспринимают точки зрения своих коллег, у них появляется необходимость выразить и защищать свои идеи [253].

Таким образом, в условиях коллаборативного подхода обучающиеся имеют возможность общаться, представлять и защищать собственные идеи, обмениваться разнообразными убеждениями, ставить под сомнения мнения своих коллег, принимать активное участие в корпоративном общении.

Исследователи (Smith and MacGregor, Р. Славин, Л. Портер, Н. Шнивенд, М. Сапон-Шеви, Р. Росс) утверждают, что, несмотря на предмет, обучающиеся, работающие в небольших группах, как правило, больше узнают о том, что преподается и дольше сохраняют полученные в результате знания, нежели ту же самую информацию, представленную в других учебных форматах [информация с сайта: <http://collegu.ucoz.ru/load/3-1-0-6022>].

Правила организации коллаборативных групп играют важную роль при формировании компетенции корпоративного общения.

Группы могут создаваться различными способами: преподаватели обучающиеся работают с коллегами (друзьями), группа формируется без какого-либо условия в соответствии с конкретными сильными сторонами личностей.

Каким бы способом ни образовывалась группа, необходимо знать, что любому вновь сформированному объединению людей требуется время для адаптации и приспособления к особенностям характера, навыкам и стилям работы друг друга. Успешные группы обучаются с условием использования преимуществ этих различий, точного определения их на начальном этапе и организации деятельности группы соответствующим образом.

Этап формирования не ограничивается началом работы группы. По мере осведомленности членов группы друг о друге будет постепенно изменяться динамика работы, и появится необходимость реагировать на такие изменения, корректируя работу по мере необходимости [266].

Групповая деятельность предполагает решение более сложных задач, чем те, которые могут решаться индивидуально.

Любая команда должна руководствоваться общим сводом правил, которые должны знать и понимать все ее члены. Это необходимо для того, чтобы каждый член группы знал, что от него ожидают, как будет распределяться и поддерживаться работа и каким образом будут достигнуты результаты[266].

Важная роль в процессе формирования компетенции корпоративного общения отводится преподавателю. Им должна организовываться и поддерживаться групповая работа, а также должно выделяться время для обсуждения после выполнения задания. Преподаватель должен поддерживать эффективную работу групп и способствовать достижению положительных результатов.

Работа с группой при формировании компетенции корпоративного общения должна включать обсуждение того, что будет достигнуто и что планируется узнать, а также как обучение всех сотрудников связано с заданиями для работы в группах. В ходе обсуждения необходимо напоминать обучающимся о навыках, стратегиях и правилах, которые они должны использовать.

Правильно организованная работа в группах при формировании компетенции корпоративного общения способствует развитию корпоративного взаимодействия между членами группы и навыков эффективного корпоративного общения.

Наиболее благоприятным аспектом работы в группах при формировании компетенции корпоративного общения является собственная возможность корпоративного общения, что требует от обучающихся исполнения основных правил корпоративного общения: «говорить по очереди, активно слушать, задавать вопросы и спрашивать, есть ли вопросы, вносить предложения и спрашивать, есть ли предложения у других, выражать свои мысли и мнения и интересоваться идеями и мнениями других коллективно обсуждать предложения, идеи и мнения, помогать и просить о помощи, давать и просить пояснения, пояснять и оценивать идеи, принимать групповые решения и приходиться к единому мнению, подводить итоги обсуждения, приводить убедительные аргументы, стратегии решения проблем».

Нами была разработана модель, отражающая процесс формирования компетенции корпоративного общения (см. рис. 8).

В модели обозначена цель – формирование компетенции корпоративного общения.

Особое место в теоретико-методологическом обосновании модели формирования компетенции корпоративного общения занимает категория «принципы». Принципы определяют основные подходы, нормы, позволяющие управлять соответствующими процессами. Теоретический анализ проблемы формирования компетенции корпоративного общения позволяет выделить общепедагогические и специальные принципы. К общепедагогическим принципам мы относим:

– *принцип гуманизма* (Н. Бердяев, В. Соловьев, В. Вернадский, Ж. Пиаже, К. Роджерс, К. Ушинский, В. Сухомлинский и др.). Гуманистический принцип направлен на понимание проблемы человеческой личности как высшей ценности и предполагает высокую степень индивидуализации и дифференциации обучения, делает акцент на формирование активности и инициативности обучающегося, а также на формирование отношений педагогов и обучающихся на основе принципов сотрудничества; создание благоприятных условий для овладения обучающимися умениями, соответствующими избранной профессии. Реализация принципа гуманизма не снимает задачу подготовки человека как высококвалифицированного специалиста. Без высокой квалификации невозможно реализовать себя как личность в полной мере. Гуманистическая ориентация означает отход от одномерной оценки учащегося как будущего функционера какой-либо структуры в сфере производства товаров и услуг, от узкоспециализированной подготовки. Это связано с тем, что современная рыночная экономика может поставить молодое поколение в такие условия, что узкоспециализированные знания не позволят проявить себя и даже заработать на жизнь;

– *принцип проблемности* (С.Л. Рубинштейн, Д.Н. Богоявленский, Н.А. Менчинская, А.М. Матюшкин, М.А. Данилов, М.Н. Скаткин, Т.В. Кудрявцев, Д.В. Вилькеев, Ю.К. Бабанский, М.И. Махмутов и И.Я. Лернер). Принцип проблемности заключается в создании проблемных ситуаций, в осознании,

принятии и разрешении этих ситуаций в ходе совместной деятельности обучающихся и преподавателя, при оптимальной самостоятельности первых и под общим направляющим руководством последнего, а также в овладении обучающимися в процессе такой деятельности обобщенными знаниями и общими принципами решения проблемных задач. Принцип проблемности сближает между собой процесс обучения с процессами познания, исследования, творческого мышления [125].

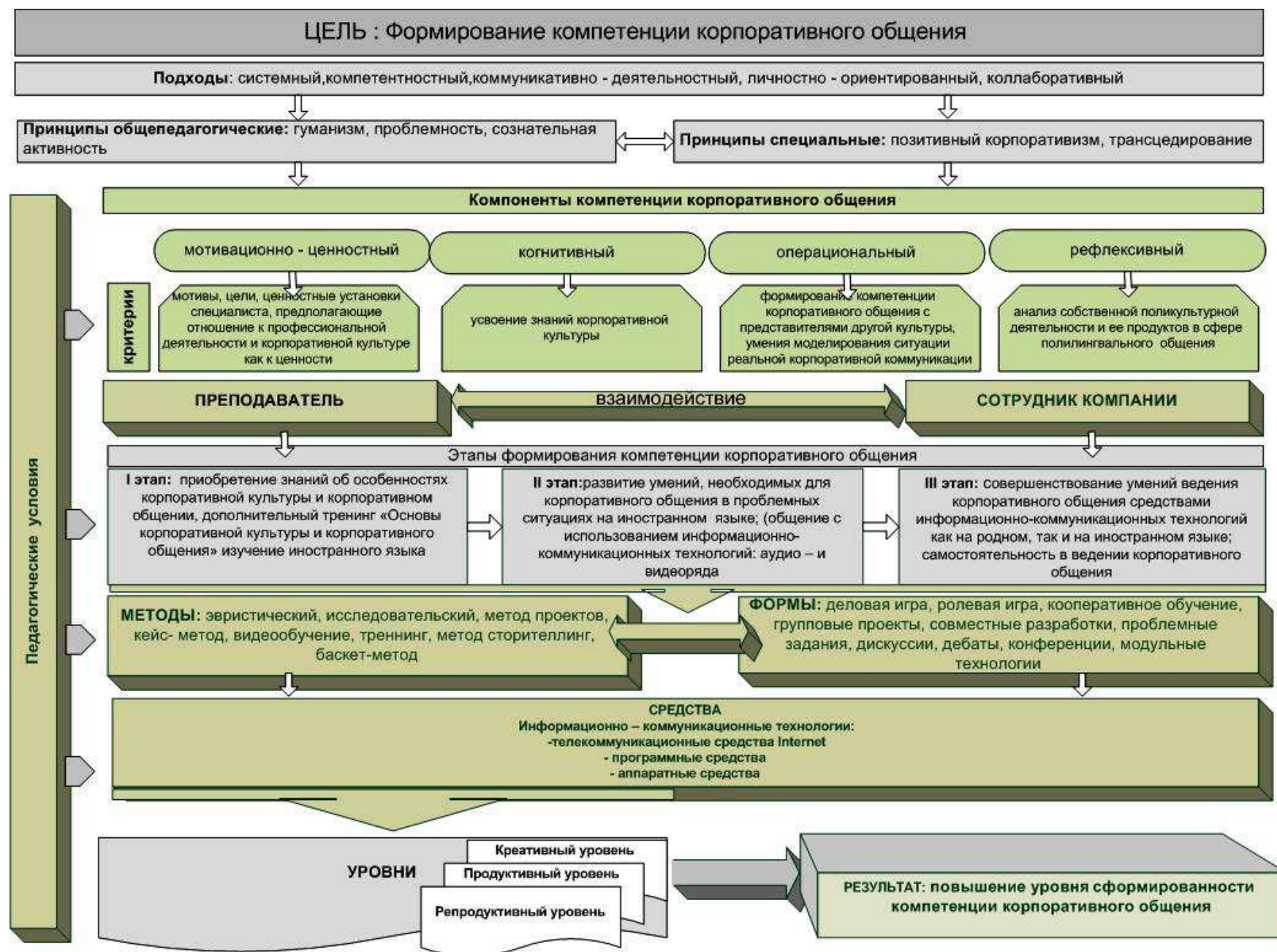


Рис. 8 – Модель формирования компетенции корпоративного общения

Принцип проблемности направлен на самостоятельный поиск обучаемыми новых знаний и способов действия, он также предполагает последовательное и целенаправленное выдвижение перед обучаемыми познавательных проблем, разрешая которые, они под руководством педагога активно усваивают новые знания. Следовательно, обеспечивается особый тип мышления, глубина убеждений, прочность усвоения знаний и их творческое применение [211], тем самым формируется компетенция корпоративного общения.

– *принцип сознательной активности.* По мнению многих ученых, построение всей системы обучения должно исходить не из логики построения предмета, а осуществляться на основе развития личности обучаемого, при этом для успешности усвоения предмета важны не прилежание и дисциплина, а проявление учащимся активности [53]. Под активностью в педагогике понимается дидактический принцип, предусматривающий активное усвоение знаний, формирование речевых навыков и умений, а также активное участие обучаемых в занятиях [2]. В работах В.В. Сафоновой дидактический принцип сознательности срастается с принципом активности, то есть речь идёт о сознательной активности, причём активная сознательная деятельность обучаемых приобретает дополнительные характеристики творческой деятельности [179]. При этом исследователями особо отмечается и необходимость «внедрять в практику дидактико-методические технологии, которые способствуют выходу за узкие рамки аспектов обучения в область личностных отношений и интересов субъектов педагогического процесса» [145].

Построение учебного процесса должно быть таким, чтобы при решении коммуникативных задач учащиеся «испытывали потребность и имели возможность реализовать свои намерения, то есть действовать от собственного лица» [144].

Специальным принципам в нашей модели отведено особое место, поскольку целью является формирование компетенции корпоративного общения.

– *принцип позитивного корпоративизма.* Позитивный корпоративизм (Дж. Гринвуд, Дж. Лембрух, А. Коусон, Ф. Шмиттер, Г. Штрек) – это форма достижения согласия и социального партнерства участников социального взаимодействия на взаимовыгодных условиях. В современном мире идеи корпорати-

визма как феномена особого объединения усилий для создания совокупного общего ресурса реально утверждают себя в мире в качестве основы разработки современных социальных технологий. Принцип позитивного корпоративизма включает стратегию солидарности и сотрудничества как путь достижения согласия, партнерства, единства. Реализация принципа позитивного корпоративизма ведет к формированию компетенции корпоративного общения, а в вузовском образовании позволяет задать профессиональный контекст учебному процессу, поскольку предполагает моделирование ситуаций социально-психологического взаимодействия, регулируемого ценностно-нормативной системой будущей профессиональной деятельности [130].

– *принцип трансцендирования* (Т. Адорно, Дж. Дьюи, И.Ф. Гербарт, Ж. Сартре, К.Г. Юнг). Трансцендирование в переводе с латинского *transcendens* – «перешагивающий, выходящий за пределы». В рамках формирования компетенции корпоративного общения принцип трансцендирования подразумевает способность сотрудника компании превосходить границы своих собственных, к настоящему моменту достигнутых возможностей. Трансцендирование основано на возможности отразить и выделить тот сложившийся образец коллективно-распределенной профессиональной мыследеятельности, который культивируется в данной организации и занять по отношению к нему внешнюю рефлексивную позицию, позволяющую корректировать и изменять этот сложившийся способ действия.

Это изменение может строиться:

1) методом корпоративного проектирования (метод проектов): когда предполагается, что компетенция корпоративного общения уже сформирована и в данный момент изменяться не будет, и необходимо лишь преобразовать формы взаимодействия сотрудников компании;

2) методом раскрытия у сотрудников компании новых умений компетенции корпоративного общения, связанных с повышением уровня организации умений (способностей) понимания, воображения и т.д., когда предполагается, что это повышение уровня развития компетенции корпоративного общения осу-

ществляется на основе существующих умений и сложившейся формы мыследеятельности [68].

Любая компетенция может быть рассмотрена как сложное структурное образование. В содержание компетенции входят такие компоненты, как: а) знание содержания компетенции; б) готовность к проявлению компетенции; в) отношение к содержанию компетенции и объекту ее приложения; г) опыт проявления компетенции в разнообразных стандартных и нестандартных ситуациях [90; 91].

Исходя из содержательной характеристики компетенции корпоративного общения, мы выделили в ней четыре структурных компонента: мотивационно-ценностный, когнитивный, операциональный и рефлексивный. Компоненты отражают сферы деятельности сотрудника компании, в которых функционирует компетенция корпоративного общения, а также качества личности, опыт, необходимые для полноценного корпоративного общения. Компетенция корпоративного общения представляется нам как единство взаимосвязанных мотивов, знаний, умений и способностей персонала, необходимых для профессиональной деятельности.

На основе анализа компонентов нами были выделены критерии, позволяющие определить уровни сформированности компетенции корпоративного общения. Ими являются:

в рамках *мотивационно-ценностного* компонента: мотивы, цели, ценностные установки специалиста, предполагающие отношение к профессиональной деятельности и корпоративной культуре как к ценности, потребность специалиста в проектировании своей профессиональной карьеры в рамках корпоративной культуры; ориентация специалиста на ценностное принятие профессиональной деятельности в рамках компании, а также развитие специалиста как полноценного члена компании;

в рамках *когнитивного* компонента: знание основ корпоративной культуры; знание особенностей речевых формул в ситуациях поликультурной деловой коммуникации, стратегии и тактики диалогового и группового корпоративного общения; знание этических и этикетных норм различных стран при ведении корпоративного общения.

в рамках *операционального* компонента: умение корпоративного общения, а также операции и действия, связанные с использованием сети Интернет (набор электронных сообщений, использование электронной почты): умение открыть/закрыть нужный сайт, умение зарегистрироваться и создать учетную запись; умение отправлять/получать сообщения; умение пользоваться программным обеспечением пакета «MicrosoftOffice», включая работу с аналогами программы Skype для виртуального общения через Интернет;

в рамках *рефлексивного* компонента: анализ собственной поликультурной деятельности и её продуктов в сфере полилингвального общения, а также уровень своей корпоративной компетентности на иностранном языке; осознание себя в качестве поликультурного субъекта, преодоление предрассудков и этноцентризма, трансформация и интерференция своего опыта корпоративной коммуникации.

Компетенция корпоративного общения характеризуется определенным уровнем сформированности, который представилось возможным определить на основе критериев. Было выделено три уровня: репродуктивный, продуктивный, креативный.

Репродуктивный уровень (низкий уровень) характеризуется знанием корпоративной культуры, особенностей речевых формул в ситуациях типовой межкультурной деловой коммуникации, стратегии и тактики диалогового и группового иноязычного корпоративного общения, этических и этикетных норм различных стран при ведении межкультурного корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий. Повышение уровня осуществляется при постоянном управлении преподавателя, при этом компетенция межкультурного корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий еще не сформирована.

Продуктивный уровень (средний уровень) характеризуется способностью индивида принимать «культурные стандарты», «культурные параметры и различия», особенности менталитета носителей другой культуры и проявлять положительное отношение к культуре и традициям стран – участников межкультурного корпоративного общения средствами информационно-коммуника-

ционных технологий. На этом уровне еще наблюдается применение известных способов решения бизнес-задач в знакомых и синхронных ситуациях, потребность в управлении со стороны преподавателя, так как компетенция межкультурного корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий уже в основном сформирована, но развита недостаточно.

Креативный уровень (высокий уровень) характеризуется готовностью к корпоративному общению с представителями поликультурного общества, проявлением творческого начала в межкультурной деятельности при демонстрации уровня компетенции межкультурного корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий, способностью поликультурной личности специалиста адекватно воспринимать собственные «продукты» межкультурной деятельности и «продукты» деятельности своих коллег.

Для достижения указанной в модели цели были определены методы формирования компетенции корпоративного общения.

Эвристический метод (И.П. Волков, В.А. Сухомлинский, А.Н. Тубельский, Ю.Н. Кулюткин, А.В. Хуторской, В.Ф. Шаталов). Данный метод в широком понимании включает в себя исследовательский метод, при котором обучаемый сам осуществляет поиск решения. Это – прогрессивный метод обучения, направленный на организацию поисковой познавательной деятельности обучаемого, способствующий развитию его самостоятельности.

Суть эвристического метода состоит в том, что открытие нового совершается не преподавателем при участии обучающихся, а самими обучаемыми под руководством и с помощью преподавателя. Формирование компетенции корпоративного общения происходит в форме эвристической беседы; постановки проблемных вопросов; решения познавательных задач; учебные проблемы обнаруживаются и решаются обучаемыми с помощью преподавателя.

Исследовательский метод. Понятие данного метода наиболее полно раскрыл И.Я.Лернер, который характеризовал его как метод, организующий процесс усвоения «решением проблем и проблемных задач». Сущность его в том, что преподаватель конструирует методическую систему формирования компетенции корпоративного общения с помощью проблемных задач, адаптирует ее к кон-

кретной ситуации учебного процесса, затем предъявляет обучаемым, тем самым управляя их учебной деятельностью, а обучаемые, решая предъявленные им проблемы, обеспечивают сдвиг в структуре и уровне умственной деятельности, постепенно овладевая процедурой творчества, а заодно творчески усваивают и методы познания [120].

При проведении занятия используется такое же построение материала и порядок следования вопросов, указаний, заданий, как и в эвристическом методе. Если в процессе реализации эвристического метода эти вопросы, указания и задания носят упреждающий характер, то есть ставятся до решения подпроблемы, составляющей содержание данного этапа, или в процессе ее решения и выполняют направляющую функцию в процессе решения, то в случае использования исследовательского метода вопросы ставятся в конце этапа, после того как большинство обучаемых с решением подпроблемы справились.

Метод проектов (Дж. Дьюи, В.Х. Килпатрик, С.Т. Щатцкий) – это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологии), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом [157; 158]; это совокупность приёмов, действий обучаемых в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для обучаемых и оформленной в виде некоего конечного продукта. Если говорить о методе проектов как о педагогической технологии, то эта технология предполагает совокупность исследовательских, поисковых, проблемных методов, творческих по своей сути.

Кейс-метод (Е.Н. Беляева, Д. Колба, Е.И Михайлова, О.Г. Смолянинова) – это метод обучения, основанный на реальных ситуациях. Особенностью этого метода является создание проблемной ситуации на основе фактов из реальной жизни. При использовании кейс-метода в формировании компетенции корпоративного общения обучающимся предлагают проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные варианты решения и выбрать лучший из них.

Кейс-метод помогает овладевать способами анализа непредвиденной ситуации корпоративного общения, самостоятельно разрабатывать алгоритмы принятия решений. Этот способ также способствует формированию таких качеств, как инициативность и самостоятельность, кроме того, он помогает использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности, отличать данные от информации, классифицировать, выделять существенную и несущественную информацию.

Видеообучение является эффективным методом формирования компетенции корпоративного общения. Использование данного метода возможно при условии разработки и предоставления обучающимся эффективных вспомогательных средств CD/ DVD-дисков, видеоучебников, задачников, обучающих компьютерных программ. Еще Конфуций говорил: «То, что я слышу, я забываю. То, что я вижу, я запоминаю». Зрительное восприятие преобладает над слуховым. Именно поэтому видео – самая наглядная и продуктивная форма обучения. Как показывает опыт, видео в сочетании с отработкой материала путем обсуждения, использованием различных интерактивных упражнений, а затем и закреплением на практике более эффективно. Особенно хорошо делать это командой, всем коллективом, сочетая потенциал опытных и молодых сотрудников. Учебные кино-и видеофильмы могут демонстрироваться с использованием как видео-, так и компьютерной техники [19].

К преимуществам видеообучения относят:

- связь с практикой: в основе сюжетов лежат реальные события, происходившие на конкретных рабочих местах;
- наглядность и доступность подачи материала. Видео максимально приближено к жизни, с его помощью возможно показать объекты и процессы в деталях и в движении;
- возможность многократного использования на групповых и индивидуальных занятиях как на начальном этапе обучения, так и для повышения предыдущего уровня развития умений, необходимых для корпоративного общения, а также и на продвинутом этапе, чтобы освежить знания, познакомить с новациями.

Тренинг. Под тренингами понимается такое обучение, в котором теоретические блоки материала минимизированы и основное внимание уделяется практической отработке умений. В ходе моделирования специально заданных ситуаций обучающиеся получают возможность развить и закрепить необходимые умения, освоить новые модели поведения, изменить отношение к собственному опыту. В тренингах обычно используются разнообразные формы активного обучения: деловые, ролевые и имитационные игры, разбор конкретных практических ситуаций и групповые дискуссии. Тренинг – тот метод, который способен наиболее оперативно реагировать на все внешние и внутренние изменения. Он обеспечивает более интенсивное и интерактивное обучение и, кроме того, ориентирован в первую очередь на получение практических навыков, необходимых в будущей повседневной работе, на обмен опытом между слушателями, что позволяет получить результат, обладающий высокой практической ценностью.

Тренинг корпоративного общения направлен на развитие у обучающихся не только эффективных навыков корпоративного общения, но и на повышение общего уровня их компетентности в коммуникативной сфере.

Метод сторителлинга (Д. Армстронг, А. Симмонс, П. Рикер). Сторителлинг (от английского story telling – «рассказывание историй») заключается в том, чтобы с помощью мифов и историй из жизни различных организаций обучать специалистов правилам работы в поликультурной компании. Данный метод используется на начальном этапе формирования компетенции корпоративного общения, знакомя тем самым будущих специалистов с такими понятиями, как «традиции, философия и корпоративная культура компании».

Баскет-метод (А.П. Панфилова, Л.А. Громова, И.А. Богачек, В.А. Абчук). В научной литературе встречаются и другие названия этого метода: «Ин-баскет» или «Ин-трей», соответствующие английским вариантам названий «In-Basket» и «In-Tray» (дословно basket – «корзина»).

Этот метод обучения основан на имитации ситуаций корпоративного общения, часто встречающихся в практике работы компании (сотрудников, руководителей). Например, обучаемому предлагают выступить в роли сотрудника

отдела персонала, которому требуется принять на работу нового работника (заполнить документы, познакомить с корпоративной культурой компании, представить коллегам и т.д.), предпринимая определенные действия. Кроме того, он получает всю необходимую информацию о компании и о сотрудниках отдела персонала, от лица которого ему приходится выступать. Упражнение можно усложнить, включив в него телефонные звонки, визиты новых кандидатов, экстренные ситуации и т.п. В ходе самостоятельной работы обучающийся должен проанализировать ситуацию, упорядочить всю предложенную информацию, выявить наиболее острые проблемы, установить, какая информация является наиболее существенной, и на основе этого анализа принять решения по предложенным материалам и подготовить соответствующие документы для решения поставленных проблем.

Как правило, в рамках этого метода с деловыми бумагами работают индивидуально, но можно организовать взаимодействие обучающихся, раздав им разные пакеты документов и дав соответствующие инструкции.

Возможности данного метода: он развивает способность к анализу, систематизации и отбору наиболее важных факторов и их классификации [19].

Формирование компетенции корпоративного общения происходит в процессе решения практических задач или проблем, требующих интеграции знаний из различных предметных областей. Обучаемым предоставляется возможность самостоятельного приобретения знаний. Преподавателю в рамках проекта отводится роль разработчика, координатора, эксперта, консультанта.

В модели формирования компетенции корпоративного общения мы предлагаем использовать следующие формы работы: деловая игра, ролевая игра, групповые проекты, совместные разработки, модульные технологии, дискуссии, дебаты, конференции.

Формирование компетенции корпоративного общения возможно только в условиях непосредственной профессиональной деятельности обучаемых или при ее условной организации в виде *игровой (имитационной) деятельности*. Максимально приблизить имитационную игровую деятельность к реальной ситуации профессионального взаимодействия позволяет использование деловых и ролевых игр.

Ролевая игра – это упражнение, в котором обучаемые, исполняя попеременно различные социальные и психологические роли, осваивают корпоративное общение в пределах социального контакта и в условиях, максимально близких к реальным [102].

Деловая игра – это имитация принятия решений руководящих работников или специалистов в различных производственных ситуациях, осуществляемая по заданным правилам группой людей или человеком с ПК в диалоговом режиме при наличии конфликтных ситуаций или информационной неопределенности [22].

В процессе формирования компетенции корпоративного общения использовались деловые игры, которые были построены в соответствии с предъявленными основными требованиями [214]. При разработке деловых игр для формирования компетенции корпоративного общения мы придерживались следующих принципов:

- 1) моделирование процесса корпоративного общения сотрудников компании;
- 2) реализация процесса «цепочки решений». Поскольку в деловой игре моделируемая система рассматривается как динамическая, это приводит к тому, что игра не ограничивается решением одной задачи, а требует «цепочки решений». Решение, принимаемое участниками игры на первом этапе, воздействует на модель и изменяет ее исходное состояние. Изменение состояния поступает в игровой комплекс, и на основе полученной информации участники игры вырабатывают решение на втором этапе игры, и т. д.;
- 3) распределение ролей между участниками игры;
- 4) различие ролевых целей при выработке решений, которые способствуют возникновению противоречий между участниками, конфликта интересов;
- 5) наличие управляемого эмоционального напряжения;
- 6) взаимодействие участников, исполняющих те или иные роли;
- 7) наличие общей игровой цели у всего коллектива;
- 8) коллективная выработка решений участниками игры;
- 9) многоальтернативность решений;

10) наличие системы индивидуального или группового оценивания деятельности участников игры.

К общим педагогическим принципам построения деловой игры, перечисленным выше, нами был добавлен еще один принцип, являющийся, на наш взгляд, особенно важным для формирования компетенции корпоративного общения: использование информационно-коммуникационных технологий.

И.Г. Стернин считает, что деловая игра может быть инструментом развития корпоративной культуры, так как в процессе такой игры формируется мотивация членов компании, а также все виды внутрикорпоративной коммуникации, в том числе и компетенции корпоративного общения [189].

С точки зрения корпоративной коммуникации в такой игре осуществляется: *трансляция ценностей группы*; формирование единого смыслового поля; расширение знаний о стоящих проблемах; обратная связь; демонстрация моделей поведения; коммуникация по горизонтали.

Мотивационная составляющая заключается в: формировании активной позиции по отношению к происходящим переменам; прояснении перспектив развития; повышении определенности; осознании собственного вклада; осознании значимости события, в котором принимаешь участие.

Игра – это взаимодействие группы. Игры отличаются сложностью и взаимозависимостью решаемых задач и предполагают имитацию реальной ситуации, которой свойственна динамичность и изменчивость. В процессе игры происходит проигрывание определенной ситуации корпоративного общения, что позволяет выявить ряд поведенческих черт сотрудников, которые почти невозможно установить при использовании обычных упражнений.

Главная особенность заключается в том, что формирование компетенции корпоративного общения организуется в реальной среде деятельности компании, что обеспечивает эффект «погружения» сотрудников компании в процесс формирования компетенции корпоративного общения.

Кооперативное обучение тесно связано с коллаборативным подходом в обучении [263], который придает особое значение «естественности учения» (как оппозиция к натренированному результату из высокоструктурированной учеб-

ной ситуации) таким образом, что имеет место эффект совместности, когда участники работают вместе в неструктурированной группе и создают свою собственную учебную ситуацию. Сидящие рядом могут получать результат в соревновании «закрытых» составляющих (псевдогруппа) или индивидуальных усилий разговаривающих (традиционные учебные группы). Сложностью кооперативного обучения частично объясняется тенденция использования его в меньшей мере, чем соревновательного и индивидуального типов обучения, даже если в перспективе оно и более эффективно, чем два других.

Групповые проекты (В.А.Кальней, Т.М.Матвеева, Е.А.Мищенко, С.Е. Шишов): работа над ними всегда направлена на разрешение конкретной, причём социально-значимой проблемы – исследовательской, информационной, практической [97]. В педагогической литературе групповые проекты принято разделять на практико-ориентированные, информационные, творческие, ролевые.

Практико-ориентированный проект нацелен на решение социальных задач, отражающих интересы участников проекта. Эти проекты отличает четко обозначенный с самого начала результат деятельности его участников, который может быть использован в жизни группы, вуза. Ценность проекта заключается в реальности использования конечного продукта на практике и его способности решить заданную проблему [97].

Исследовательский проект по структуре напоминает научное исследование. Он включает в себя обоснование актуальности выбранной темы, постановку задачи исследования, обязательное выдвижение гипотезы с последующей ее проверкой, обсуждение и анализ полученных результатов. При выполнении проекта должны использоваться методы современной науки: лабораторный эксперимент, моделирование, социологический опрос и др.

Информационный проект направлен на сбор информации о каком-либо объекте или явлении с целью анализа, обобщения и представления информации для широкой аудитории. Такие проекты требуют хорошо продуманной структуры и возможности ее коррекции по ходу работы. Выходом проекта часто является публикация в СМИ, в т. ч. в сети Интернет.

Творческий проект предполагает максимально свободный и нетрадиционный подход к его выполнению и презентации результатов. Это могут быть альманахи, театрализации, видеофильмы и т.п.

Ролевой проект. Разработка и реализация такого проекта наиболее сложна. Участвуя в нем, проектанты берут себе роли выдуманных героев с целью воссоздания различных социальных или деловых отношений через игровые ситуации. Результат проекта остается открытым до самого окончания: чем завершится корпоративное общение (переговоры); будет ли разрешен конфликт и заключен договор.

Преимущества групповых проектов заключаются в следующем:

- в проектной группе формируются умения сотрудничества;
- на каждом этапе работы над проектом, как правило, есть свой ситуативный лидер: генератор идей, исследователь, оформитель продукта, режиссер презентации; каждый учащийся, в зависимости от своих сильных сторон, активно включается в работу на определенном этапе;
- в рамках проектной группы могут быть образованы подгруппы, предлагающие различные пути решения проблемы, идеи, гипотезы, точки зрения; элемент соревнования между ними, как правило, повышает мотивацию участников и положительно влияет на качество выполнения проекта.

Совместные разработки по структуре своей совпадают с такой формой формирования компетенции корпоративного общения как проектная группа и реализуются в виде демонстрации видеоотчета: фильма, рекламы; научной конференции, экскурсии, пресс-конференции, дневника работы компании и т.д.

Методы проблемного обучения (Ю.К.Бабанский, П.Я.Гальперин, Т.В. Кудрявцев, И.Я.Лернер, М.И.Махмутов, Н.А.Менчинская, Н.Ф.Талызина и др.). Проблемные задания предусматривают активную умственную работу обучаемых. При выполнении проблемного задания обучаемый должен испытывать некоторые затруднения и в то же время иметь возможность самостоятельно найти решение, поэтому преподаватель не просто должен «озадачить» обучаемого, но и вовремя вмешаться в ход решения этой задачи и, если необходимо, конкретизировать ее другими словами.

По своей внешней дидактической форме проблемная ситуация напоминает диалог, имеющий все его необходимые атрибуты: рассогласование в уровне информированности, дефицит ориентировочных основ действия, целостного представления о ситуации. Диалогическая ситуация характеризуется не только объективной проблемностью, но и значимостью самого факта обнаружения этой проблемности для субъекта. Вести диалог значит приобщать другого к своей проблеме. Личностно-развивающий потенциал диалога связан с самой диалогической природой личности, с тем, что она существует в постоянном внутреннем диалоге с самим собой. В ней неизменно своеобразное движение от сознания к мышлению и обратно [125].

Модульные технологии. Модульное обучение основано на следующей основной идее: обучаемый должен учиться сам, а преподаватель обязан осуществлять управление его обучением: мотивировать, организовывать, координировать, консультировать, контролировать. По мнению авторов данной технологии (С.Я. Батышев, К.Я. Вазина, Н.Н.Суртаева, Т.Н. Шамова и др.), такой вид обучения интегрирует в себе все то прогрессивное, что накоплено в педагогической теории и практике. Сущность модульного обучения состоит в том, что обучаемый полностью самостоятельно (или с определенной дозой помощи) достигает конкретных целей учебно-познавательной деятельности в процессе работы с модулем. Модуль – это целевой функциональный узел, в котором в систему высокого уровня целостности объединено учебное содержание и технология овладения им.

Таким образом, модуль выступает средством модульного обучения, т.к. в него входит: целевой план действий, банк информации, методическое руководство по достижению дидактических целей. Именно модуль может выступать как программа обучения, индивидуализированная по содержанию, методам обучения, уровню самостоятельности, темпу учебно – познавательной деятельности обучаемого.

Дискуссией (от лат. *discusso* – «исследование, рассмотрение, разбор») называется публичный спор, целью которого является выяснение и сопоставления разных точек зрения, поиск, выявление истинного мнения, нахождение правиль-

ного решения спорного вопроса. Дискуссия считается эффективным способом убеждения, так как ее участники сами приходят к тому или иному выводу.

Дискуссия в педагогическом процессе – это форма группового обучения, обеспечивающая активное вовлечение обучаемых в обмен мнениями, идеями и соображениями о способах разрешения какой-либо проблемы [55].

При массовой дискуссии все члены, за исключением преподавателя, находятся в равном положении. Здесь не выделяют особых докладчиков, и все присутствуют не только в качестве слушателей. Специальный вопрос обсуждается в определенном порядке, обычно в соответствии со строгим или несколько видоизмененным регламентом занятия, который озвучивается преподавателем.

Групповая дискуссия заключается в обсуждении вопросов специальной выделенной группой перед аудиторией. Цель групповой дискуссии – представить возможное решение проблемы или обсудить противоположные точки зрения [163]. Данная форма обучения широко используется в формировании компетенции корпоративного общения.

Дебаты – это форма, предложенная известным американским социологом Карлом Поппером. Первоначально дебаты создавались как программа, позволяющая обучить умению рассуждать, критически мыслить, продуктивно организовывать процесс дискуссии. С.А. Пуйман и В.В. Чечет [164] определяют дебаты как прения, обмен мнениями на каком-либо собрании, заседании.

По мнению Е.О. Галицких, дебаты – форма обучения общению, способ организации воспитательной работы специалистов, позволяющий тренировать навыки самостоятельной работы с литературой и другими источниками информации, отрабатывать умения вести дискуссию и отстаивать собственную точку зрения с учетом того, что и противоположная позиция тоже имеет право на существование.

С нашей точки зрения, дебаты – способ формирования компетенции корпоративного общения, в рамках которого осуществляется формализованный обмен информацией, отражающей полярные точки зрения по одной и той же проблеме, с целью углубления или получения новых знаний, развития аналитико-

синтетических и коммуникативных умений, культуры ведения корпоративного диалога.

Во время дебатов представляется возможным рассматривать одно и то же явление или факт с прямо противоположных позиций, анализировать бесспорные, на первый взгляд, истины и усомниться в их правильности, на основе чего самостоятельно, осознанно вырабатывать жизненную позицию.

Как указывает Е.О. Галицких, отличительным признаком дебатов можно считать высокую степень стандартизованности: жесткий временной лимит выступления каждого участника, четкие ролевые предписания, разнообразие и объективность критериев оценки [50].

Конференции. Конференция в экономической литературе – это встреча с партнерами и коллегами, обмен мнениями и опытом, обсуждение общих проблем. Использовать данную форму обучения при формировании компетенции корпоративного общения полезно, поскольку в рамках данной формы обучения представляется возможным найти выход из любых сложных ситуаций, помочь друг другу советом и делом, объединиться для решения общих проблем.

Средства как материализованные предметные способы «работы» с содержанием используются в единстве с методами. На наш взгляд, информационно-коммуникационные технологии могут рассматриваться в качестве основного средства формирования компетенции корпоративного общения, поскольку они способствуют повышению качества учебно-воспитательного процесса через повышение социально-профессиональной активности обучаемых и преподавателей, а также являются основой для внедрения инновационных воспитательных форм.

Вопросам применения информационно-коммуникационных технологий в образовании посвятили свои работы многие исследователи (А.А. Вербицкий, Б.С. Гершунский, В.В. Давыдов, П.И. Образцов, А.В. Соловов и др.), которые трактуют информационно-коммуникационные технологии как совокупность современных компьютерных (микропроцессорных) и телекоммуникационных средств обработки информации для повышения эффективности педагогического труда.

Так, в работе П.И. Образцова выделены следующие средства информационно-коммуникационных технологий, которые могут применяться в высшей школе России: электронный учебник; мультисредовая система; экспертная система; система автоматизированного проектирования; электронный библиотечный каталог; банк данных, база данных; локальные и распределенные (глобальные) вычислительные системы; электронная почта; голосовая электронная почта; электронная доска объявлений; система телеконференций; автоматизированная система управления научными исследованиями; автоматизированная система организационного управления [141–143].

Подробная классификация средств информационно-коммуникационных технологий для формирования компетенции корпоративного общения представлена во 2-ой главе настоящей диссертационной работы.

В ходе исследования были определены *этапы формирования компетенции корпоративного общения*:

I этап – определение основ корпоративного общения; изучение иностранного языка; знакомство с информационно-коммуникационными технологиями, необходимыми для формирования компетенции корпоративного общения; приобретение знаний об особенностях корпоративной культуры и корпоративном общении, тренинг «Основы корпоративной культуры и корпоративного общения».

II этап – развитие умений, необходимых для корпоративного общения в проблемных ситуациях на немецком языке; общение с использованием информационно-коммуникационных технологий: аудио- и видеоряда, коммуникация в рамках корпоративного общения, умение выражать мнение в разных сферах корпоративного общения; расширение профессионального кругозора, формирование компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий.

III этап – совершенствование умений компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий (умение применять полученные знания для решения конкретных задач в сфере межкуль-

турного корпоративного общения, ведение переговоров, выявление и формирование лидерских качеств, имиджа компании, умение достичь поставленной цели в конфликтной ситуации).

Таким образом, представленная педагогическая модель призвана обеспечить формирование компетенции корпоративного общения специалистов. Данная модель прошла экспериментальную проверку, методика и результаты которой изложены в параграфе 2.3 второй главы настоящего диссертационного исследования.

Выводы по первой главе

Таким образом, анализ психолого-педагогической и экономической литературы и теоретическое осмысление особенностей и тенденций формирования компетенции корпоративного общения позволяют нам сделать следующие выводы.

Из множества определений компетенции, представленных в психолого-педагогической и экономической литературе, в нашем исследовании мы используем то, в соответствии с которым под ней понимается способность и готовность личности к профессиональной деятельности, основанные на знаниях и опыте, которые приобретены благодаря обучению, и ориентированные на самостоятельном участие личности в учебно-познавательном процессе, а также направленные на ее успешное включение в трудовую деятельность.

Теоретический анализ современной научной литературы показывает, что корпоративная культура – это искусственно созданная реальность, включающая в себя миссию, стратегию, идеологию, материальные и духовные ценности компании, которая развивается и существует благодаря взаимодействию корпоративных компетенций каждого члена корпоративного сообщества.

Другими словами, в основе корпоративной культуры лежат корпоративные компетенции – процесс приобретения знаний в результате социального взаимодействия в условиях меняющейся реальности и умение пользоваться данными знаниями в профессиональной среде. Корпоративные компетенции в свою оче-

редь представляют собой систему, которая обеспечивает успешное выполнение специалистом профессиональной деятельности. Это интегрированная характеристика качеств личности, результат подготовки специалиста – выпускника вуза для выполнения деятельности в профессиональных областях.

Корпоративная культура включает в себя: миссию, стратегию, идеологию, материальные и духовные ценности компании, корпоративные компетенции. Оптимальное количество корпоративных компетенций в корпоративной культуре компании составляет от 5 до 7. Так, например, в нормативных документах немецкой многонациональной компании ООО Айзак Консалтинг (ISAC Consulting GmbH – www.isac-consulting.com) представлены такие корпоративные компетенции, как системность мышления, высокий профессионализм, восприимчивость к новому, креативность, командность, компетенция корпоративного общения, соответствие корпоративным нормам.

Одной из важных по нашему мнению является компетенция корпоративного общения – *это совокупность знаний, умений, опыта, мотивов и ценностей, необходимых сотрудникам многонациональной компании для осуществления поликультурного общения в деловой и производственной сфере деятельности компании с использованием разнообразных технических средств коммуникации. Важными характеристиками компетенции корпоративного общения для нашего исследования являются ее поликультурность и виртуальность.*

Результаты проведенного исследования позволили выявить сущность, содержание и структурно-функциональные особенности компетенции корпоративного общения.

В структуре компетенции корпоративного общения можно выделить четыре компонента: когнитивный, операциональный, мотивационно-ценностный и рефлексивный.

Когнитивный компонент определяет усвоение знаний корпоративной культуры, особенностей речевых формул в ситуациях поликультурной деловой коммуникации, стратегии и тактики диалогового и группового корпоративного об-

щении, а также этических и этикетных норм различных стран при ведении корпоративного общения.

Операциональный компонент предполагает формирование компетенции корпоративного общения с представителями другой культуры, умения моделирования ситуации реальной корпоративной коммуникации, а также операции и действия, связанные с использованием сети Интернет (набор электронных сообщений, использование электронной почты): умение открыть/закрыть нужный сайт, умение зарегистрироваться и создать учетную запись; умение отправлять/получать сообщения; умение пользоваться программным обеспечением пакета «Microsoft Office», включая работу с аналогами программы Skype для виртуального общения через Интернет.

Мотивационно-ценностный компонент включает мотивы, цели, ценностные установки специалиста, предполагающие отношение к профессиональной деятельности и корпоративной культуре как к ценности, потребность специалиста в проектировании своей профессиональной карьеры в рамках корпоративной культуры; ориентация специалиста на ценностное принятие профессиональной деятельности в рамках компании, а также развитие специалиста как полноценного члена компании. Функциональное назначение мотивационно-ценностного компонента заключается в том, что его сформированность влияет на развитие других компонентов компетенции корпоративного общения.

Рефлексивный компонент представляет собой анализ собственной поликультурной деятельности и её продуктов в сфере полилингвального корпоративного общения, а также уровня своей корпоративной компетентности на иностранном языке; осознание себя в качестве поликультурного субъекта, преодоление предрассудков и этноцентризма, трансформация и интерференция своего опыта корпоративной коммуникации.

В соответствии с компонентами компетенция корпоративного общения направлена на: овладение профессиональными знаниями и знаниями о корпоративном взаимодействии, страноведческими знаниями; формирование готовности к корпоративному общению; овладение опытом

корпоративного общения; развитие толерантности, рефлексии, активной позиции; развитие способности осознавать себя в качестве поликультурного субъекта, пересматривать свой опыт корпоративной коммуникации, этноцентризм, трансформация и интерференция своего опыта корпоративной коммуникации.

Основу компетенции корпоративного общения составляет корпоративное общение, с помощью которого происходит передача сведений большому количеству людей внутри компании и отдельным индивидуумам и институтам за ее пределами.

Компетенция корпоративного общения предполагает знание корпоративной культуры, а также готовность специалиста осуществлять корпоративное общение, в том числе и иноязычное, как в устной, так и письменной форме, в профессиональной и непрофессиональной сферах деятельности.

Корпоративное обучение при формировании компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий характеризуется следующими отличительными чертами:

- в корпоративном обучении участвуют все сотрудники компании независимо от занимаемой должности;
- основополагающей базой для корпоративного обучения является профессиональное образование и опыт работы в компании;
- корпоративное обучение базируется на активных методах обучения с использованием современных информационно-коммуникационных технологий;
- корпоративное обучение носит мобильный характер, поскольку проходит на рабочем месте и, при использовании информационно-коммуникационных технологий, не зависит от местонахождения сотрудника компании;
- корпоративное обучение ориентировано на формирование корпоративных компетенций сотрудника компании, т.е. на повышение эффективности деятельности компании;
- корпоративное обучение оперативно реагирует на изменения, происходящие в обществе, экономике и в самой компании;

– корпоративное обучение базируется на корпоративной культуре компании, т. е. помимо формирования корпоративных компетенций направлено на формирование ценностей, убеждений и мировоззрения сотрудников компании;

– корпоративное обучение повышает конкурентоспособность сотрудника, мотивируя его на формирование потребности овладения новыми компетенциями, поскольку приобретая новую компетенцию, индивид повышает свою конкурентоспособность.

Дисциплина «Иностранный язык» способствует формированию компетенции корпоративного общения в процессе корпоративного обучения и служит каналом, по которому осуществляется корпоративное общение; является способом передачи опыта и развития умений общаться в компании.

В соответствии с целью настоящего исследования нами разработана модель формирования компетенции корпоративного общения.

Модель формирования компетенции корпоративного общения включает цель, методологические подходы, принципы формирования компетенции корпоративного общения, структурные компоненты и критерии оценки уровня сформированности компетенции корпоративного общения, методы, формы, средства, этапы формирования и уровни сформированности компетенции корпоративного общения.

Содержание модели обусловлено системным, компетентностным, коммуникативно-деятельностным, личностно-ориентированными коллаборативным подходами к формированию компетенции корпоративного общения и включает цели, принципы, дидактическое обеспечение, этапы формирования корпоративной компетенции специалиста.

При создании модели формирования компетенции корпоративного общения нами использовались следующие принципы: гуманизма, проблемности, сознательной активности, позитивного корпоративизма, принцип трансцедирования.

Названные положения являются основой модели формирования компетенции корпоративного общения. Представленная модель призвана обеспечить формирование компетенции корпоративного общения специалиста.

ГЛАВА 2. ОПЫТНО-ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНАЯ РАБОТА ПО ФОРМИРОВАНИЮ КОМПЕТЕНЦИИ КОРПОРАТИВНОГО ОБЩЕНИЯ СРЕДСТВАМИ ИНФОРМАЦИОННО- КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

2.1. Дидактические возможности средств информационно-коммуникационных технологий в формировании компетенции корпоративного общения

В первой главе нашего исследования мы рассмотрели понятие «компетенция корпоративного общения» и определили умения, необходимые для ее формирования.

Обращаясь к модели формирования компетенции корпоративного общения, следует отметить, что формирование компетенции корпоративного общения может быть эффективным только при условии того, что в качестве основного средства обучения будут выступать информационно-коммуникационные технологии.

Средства обучения, по мнению В.А. Ивановой [95], – это все те материалы, с помощью которых преподаватель осуществляет обучающее взаимодействие.

Многие ученые (И.Я. Лернер, М.И. Махмутов, Т.С. Назарова, Е.С. Полат и др.) отмечают, что, несмотря на то, что средства обучения не оказывают решающего влияния на конечный результат образовательного процесса, они содействуют эффективности процесса обучения и развития обучаемых. Правильно подобранные дидактические средства облегчают реализацию поставленной цели.

В педагогике на сегодняшний момент представлено много определений понятия «средство обучения». По мнению С.А. Смирнова, под средствами обучения следует понимать разнообразнейшие материалы и орудия учебного процесса, благодаря использованию которых более успешно и рационально за меньшее время достигаются поставленные цели обучения. Главное дидактическое назначение средств – ускорить процесс усвоения учебного материала [184, с. 288], создав ситуацию реального корпоративного общения.

П.И.Пидкасистый понимает под средством обучения материальный или идеальный объект, который используется преподавателем и обучающимся для усвоения знаний.

Можно выделить две большие группы средств обучения: *средство – источник информации* и *средство – инструмент освоения учебного материала*. Следует сказать, что средствами обучения называются все объекты и процессы (материальные и материализованные), которые служат источником учебной информации и инструментами (собственно средствами) для усвоения содержания учебного материала, развития и воспитания учащихся [184, с. 289].

В научных исследованиях, посвященных вопросам обучения с применением средств информационно-коммуникационных технологий (М.А. Бовтенко, А.Н. Богомолов, Н.В. Елашкина, Н.В. Волюнкина, В.В. Гладких, Б.С. Гершунский, И.Г. Захарова, В.А. Извозчиков, С.М. Кащук, Е.С. Полат, П.В. Сысоев, С.В. Титова, И.И. Халеева, Т.М. Шапошникова и др.), создания и использования компьютерных средств обучения (А.И. Башмаков, И.Г. Захарова, К.К. Колин, П.И. Образцов, И.В. Роберт, А.В. Соловов, Ю.Г. Татур и др.), отмечено, что дидактические возможности средств информационно-коммуникационных технологий позволяют эффективно выполнять воспитательную, обучающую и развивающую функции образования.

По мнению И.Г. Захаровой [85], информационно-коммуникационные технологии – это средства, потенциально позволяющие сделать более эффективной деятельность человека и способные выступать в качестве [131, с.31]: средства обучения, обеспечивающего представление знаний и осуществляющего контроль за результатами усвоения учебного материала; средства осуществления информационно-поисковой деятельности; средства коммуникации, предполагающие использование программ по информатике в течение всего времени обучения в вузе; средства коррекции обучения; средства, обеспечивающие имитацию и моделирование изучаемых объектов; средства воспитания информационной культуры

обучающегося и подготовки его как будущего специалиста; средства автоматизации процессов расчета; средства для ведения документации.

Большинство исследователей придерживаются мнения, что обучение средствами информационно-коммуникационных технологий представляет собой «абсолютно новую парадигму образования, которая опирается на функциональную эффективность Интернет-технологий, формирует культуру и создается на основе «особой» культуры обучения (e-learning culture), которая характеризует как обучаемого (e-learner), так и обучающего (e-teacher)» [172].

А.В. Соловов определяет информационно-коммуникационные технологии как совокупность электронных средств и способов их функционирования, используемых для реализации обучающей деятельности. В состав электронных средств входят аппаратные, программные и информационные компоненты, способы, применения которых указываются в методическом обеспечении информационно-коммуникационных технологий [186].

Е.И. Машбиц [126] и Н.Ф. Талызина [190; 191] рассматривают информационно-коммуникационные технологии как совокупность обучающих программ различных типов: от простейших программ, обеспечивающих контроль знаний, до обучающих систем, базирующихся на искусственном интеллекте.

Процесс формирования компетенции корпоративного общения в условиях корпоративного обучения нельзя представить без применения информационно-коммуникационных технологий, поскольку они позволяют обеспечить рост персональной эффективности сотрудника компании как специалиста в изменяющихся условиях современного рынка труда.

Среди доминирующих свойств информационно-коммуникационных технологий, применяемых в процессе формирования компетенции корпоративного общения, исследователями выделяются следующие универсальные [159; 159; 72; 74]:

1. Обеспечение свободного доступа к пространственно распределенным ресурсам дидактической информации. Возможность широкого выбора информации как для обучающего, так и для обучаемого.

2. Возможность систематического накопления обучающей информации и ее хранения.

3. Предоставление надежной обратной связи и связанной с этим возможности оперативного управления процессом обучения.

4. Возможность индивидуализации и дифференциации обучения с учетом способностей обучающихся.

5. Возможность интенсивной коммуникации.

6. Возможность активной творческой совместной деятельности обучающего и обучаемого, обеспечение устойчивой мотивации познавательной деятельности на основе общения с использованием средств информационно-коммуникационных технологий [72].

К преимуществам использования информационно-коммуникационных технологий при формировании компетенции корпоративного общения можно отнести: повышение оперативности разработки документов; быстрое обновление и развитие; легкое тиражирование информации; быстрое и простое распространение информации (особенно при использовании Internet) [18].

В своем исследовании П.М. Моргачев выделяет в качестве средств информационно-коммуникационных технологий программные и аппаратные средства и устройства, функционирующие на базе микропроцессорной, вычислительной техники, а также на базе современных средств и систем передачи информации, информационного обмена, обеспечивающих операции по сбору, продуцированию, накоплению, хранению, обработке, передаче информации и возможность доступа к информационным ресурсам локальных и глобальных компьютерных сетей [131, с.110].

Рассмотрим подробнее основные средства информационно-коммуникационных технологий, применяемые в процессе формирования компетенции корпоративного общения: программные средства, аппаратные и технические средства и телекоммуникационные средства Internet и базовые технологии Internet. Подробно остановимся на каждом из них.

Программными средствами информационно-коммуникационных технологий являются: учебное программное обеспечение различного назначения, про-

граммные комплексы (языки программирования, компиляторы, трансляторы), телекоммуникационные системы и т. п.

Электронный учебник. А.И. Башмаков определяет электронный учебник как программное средство «для базовой подготовки по определенному курсу (дисциплине), содержание которого характеризуется относительной полнотой и представлено в форме учебника (книги)».

Автоматизированная обучающая система (АОС) – это компьютерная эргатическая система, предназначенная для оптимизации процесса обучения с использованием средств информационных и коммуникационных технологий, а также для автоматизации процессов обратной связи и управления на ее основе познавательной деятельностью обучающегося [185].

Программные средства информационно-коммуникационных технологий подразделяют на:

- учебные компьютерные средства (Б.Х. Кривицкий);
- компьютерные средства обучения (А.И. Башмаков);
- программные средства учебного назначения (И.А. Морев);
- педагогические программные средства (И.В. Роберт);
- компьютерные обучающие программы и т. п.

К аппаратным и техническим средствам информационно-коммуникационных технологий относятся: ПЭВМ, комплекты терминального оборудования для ЭВМ всех классов (дисплей, клавиатура, манипулятор «мышь»), средства архивного хранения информации (электронные, магнитные и оптические носители информации), устройства ввода – вывода информации всех видов (привод CD и DVD, принтер), устройства для преобразования информации в цифровую форму и обратно (сканер, микрофон, веб-камера), инструментальные и прикладные средства, реализующие потенциал технологий мультимедиа (звуковая и видеокарты, колонки, видеопроектор) и пр.[131, с.37].

Телекоммуникационные средства Internet включают в себя электронную почту, электронную конференцсвязь, видеоконференцсвязь, Интернет-форумы, голосовые форумы и почту, поисковые системы и др.

Электронная почта (e-mail) – это сетевая служба, позволяющая обмениваться текстовыми электронными сообщениями через Интернет; это асинхронная коммуникационная среда невербального общения, что означает: для получения сообщения не требуется согласовывать время и место его получения с отправителем и наоборот. Основная особенность использования электронной почты состоит в большой скорости обмена сообщениями. Ее можно использовать для пересылки файлов, баз данных, документов, графических изображений, звуковых и видеофайлов.

Электронная почта может быть использована участниками учебного процесса как для связи между двумя абонентами, так и для соединения одного – многих получателей. Кроме того, в процессе общения абоненты не обязательно должны находиться на месте в момент связи (асинхронный обмен информацией off-line) – это важное свойство, привлекательное для образования, особенно для дистанционных его форм [131].

При использовании верной методики электронная почта может быть превращена в эффективный, практически бесценный инструмент обучения, способ познания других культур, так как она создаёт возможности для исследования других культур и познания собственной культуры через реакцию на сообщения сверстников из других стран [76; 77].

Рассматривая дидактические свойства электронной почты, М.Ю. Бухаркина отмечает, что они позволяют обеспечить необходимую гибкость обучающей среды, стимулировать самостоятельный поиск и обработку информации, творчески и критически подходить к решению поставленных задач [38].

Электронная конференцсвязь – асинхронная коммуникационная среда, которая подобно электронной почте может использоваться для плодотворного сотрудничества обучающихся и педагогов, являясь для пользователей неким структурированным форумом, на котором можно в письменном виде изложить свое мнение, задать вопрос и прочитать реплики других участников.

Видеоконференцсвязь, известная всем как «телемост», который позволяет видеть и слышать собеседников, находящихся в разных странах, на разных кон-

тинентах, создаёт эффект непосредственного контакта общающихся. В отличие от предыдущей формы взаимодействия видеоконференцсвязь имеет синхронный характер, когда участники общаются в реальном времени. Здесь возможна коммуникация типа *один на один* (консультация), *один ко многим* (лекция), *многие ко многим* (телемост). При этом, на наш взгляд, особое значение имеет процесс общения с человеком, который именно в данный момент времени погружен в другую культуру, в иную действительность и даже в иной климат, находится в своей естественной среде обитания, а не находится в качестве гостя в нашей стране. Здесь возникает возможность сравнить современную обстановку, образ жизни представителей разных культур [99].

Голосовая почта (технология Springdoo)– это идея группы энтузиастов, считающих, что обычная электронная почта не в состоянии передать все эмоции, присущие вербальному общению. Обычная электронная почта предоставляет возможность прикрепления звуковых файлов к текстовому сообщению, но отсылка такого письма занимает слишком много времени. Кроме того, адресанту необходима специальная программа для записи аудио или видео, навыки работы с ними и т.д. [131, с.47]

Для работы в данной системе необходимо зарегистрироваться на сайте Springdoo, сделать запись сообщения, выбрать электронный адрес адресата или адресатов и выслать письмо. Письмо поступает на электронный почтовый ящик получателя, остается только открыть письмо и прослушать запись. Существуют два вида SpringMail: это может быть звуковая (aMail) или видео (vMail) электронная почта. Почта aMail– новый способ посылать электронные письма голосом, интонацией и эмоциями, привычными для друзей, коллег. Почта vMail позволяет делать запись видеосообщений электронной почты с помощью web-камеры и микрофона. SpringMail предоставляет возможность записи десятиминутного голосового aMail-сообщения и трехминутного видео vMail-сообщения соответственно [131, с.48].

Голосовые форумы– технология асинхронной коммуникации *ChinSwing*, где все дискуссии разбиты на тематические «каналы». Например, есть канал ки-

нофильмов, канал малого бизнеса, науки и искусства. Внутри этих каналов расположены многопользовательские обсуждения [131, с.48].

Электронный форум дискуссий сегодня широко используется в качестве одного из компонентов дистанционной формы обучения. Данный формат электронного общения заключается в том, что преподаватель направляет на форум тему или вопросы для обсуждения с учащимися, на ту же страницу поступают все сообщения участников дискуссии, а также ответные реакции участников форума на сообщения друг друга. Форум дискуссий так же, как и список рассылки, позволяет организовать коллективное общение в Интернет, однако не обладает перечисленными выше недостатками списков рассылки, в связи с чем форум дискуссий представляется нам наиболее удобным для использования в учебном процессе [99].

Все сообщения, направленные на форум дискуссий по определённой теме, оказываются собранными на одной странице, что создаёт возможность обратиться к каждой дискуссии повторно, обсудить её результаты, выбрать наиболее актуальные проблемы, дальнейшее обсуждение которых можно организовать в режиме реального времени посредством специальных технических услуг, предоставляемых Интернет для синхронного общения (online) – чата и видеоконференций.

Чат (от англ. chat – «разговор, болтовня») представляет собой телеконференцию, которая организуется для пользователей, желающих совместно обсудить интересующую их проблему в синхронном режиме общения. При входе в конференцию на экране компьютера каждого участника появляются высказывания других участников в порядке их поступления. Общение в чате проходит в письменной форме.

Использование чата предъявляет определённые требования к технической оснащённости компьютерной сети, в частности, оно требует наличия высокой скорости передачи информации, владения навыками и умениями компьютерного чтения и письма и высокого уровня владения иностранным языком в тех случаях, когда общение ведётся на нем. Сообщения, передаваемые в чате, не сохраняются в памяти компьютера. Участники чата должны успевать считывать сообщения с экрана монитора по мере их поступления и набирать на клавиатуре

собственное ответное сообщение. Несмотря на перечисленные особенности, этот способ общения получает всё большее распространение в обучении иностранному языку, в проведении «виртуальных» занятий.

В целях формирования компетенции корпоративного общения используются следующие технологии Internet:

– сервисы, базирующиеся на системе протоколов Интернет (стек протоколов TCP/IP, IP-телефония): почтовые (SMTP, POP3, IMAP4), гипертекстовые (HTTP), телекоммуникационные (Skype);

– IRC(англ. *InternetRelayChat*–«поочередный разговор в сети, чат») – технология ведения переговоров в реальном масштабе времени, дающая возможность разговаривать с другими людьми по сети в режиме прямого диалога;

– FTP(англ. *FileTransferProtocol*–протокол передачи файлов) – технология передачи по сети файлов произвольного формата. [131,с.46]

Как видно из представленного обзора, современные информационно-коммуникационные технологии создают разнообразные возможности организации процесса формирования компетенции корпоративного общения как в синхронном, так и в асинхронном режиме.

Анализ возможностей средств информационно-коммуникационных технологий показывает, что они обладают огромным дидактическим потенциалом, предоставляют возможность организации активной практики, которая, на наш взгляд, может стать существенным компонентом формирования компетенции корпоративного общения.

Под *дидактическими возможностями* современных средств информационно-коммуникационных технологий понимаются внешние проявления средств ИКТ, используемые в учебно-воспитательном процессе для реализации поставленных целей [159,с. 113].

В научных работах рассматриваются способы применения средств информационно-коммуникационных технологий в педагогической сфере. Так, в работе П.М. Моргачева [131, с.49] способы применения средств информационно-

коммуникационных технологий подразделены по основному воздействующему признаку:

- демонстрационные (одновременный просмотр нескольких фрагментов учебного материала, вывод текстовой информации на мониторы в различных режимах (чтение, разметка web-страницы и пр.), отражение ролей (значений) учебного материала и иерархических связей между ними (дерево просмотра), монохромное, оттеночное, полноцветное представление графики, статическое, анимационное, спрайт-представление иллюстраций, непосредственное включение в учебный процесс информационных образов окружающего мира);

- звуковые (речь, музыка, комментарий к демонстрации, сопутствующие звуки, звуки, представляющие изучаемые объекты и процессы, технологические сигналы, создание рабочего настроения, ощущения реальности, аудио-эффекты для организации работы с ППС (привлечение внимания, оценка действий обучающихся, характерные звуки для различных режимов и т. д.);

- моделирующие (имитация управления реальными объектами, управление информационными моделями, наглядное представление на экране объекта, его составных частей или их моделей, манипулирование графическими изображениями, масштабирование изучаемых объектов, процессов и времени, взаимодействие с виртуальными образами и моделями изучаемых объектов и процессов, графическая интерпретация исследуемой закономерности изучаемого процесса и др.);

- коммуникативные (применение интерактивного, так называемого «дружелюбного», интерфейса, использование агентов (в виде образа рассказчика, преподавателя, обучающегося, партнера, одушевленного объекта изучения и т. д.), организация интерактивного диалога обучающихся со средствами обучения (диалоговые панели, графические и звуковые реплики для организации работы с программой);

- телекоммуникационные (информационные хранилища и лаборатории удаленного доступа, способы дистанционного обучения);

– мотивационные (использование рейтинговой системы на основе интегральной оценки успешности усвоения обучающимся курса, представление информации о результатах работы других обучающихся (неявное соревнование), проведение явных соревнований, осуществление скрытого контроля за работой обучающихся, о возможности которого обучаемые оповещены, использование игровых форм (деловые игры));

– закрепления знаний (сопоставление фрагментов знакомого и нового материала, «забегание вперед», напоминание («отсылка назад»), возможность выполнять задание с «тренером»).[131, с.50]

Информационно-коммуникационные технологии могут рассматриваться в качестве основного средства формирования компетенции корпоративного общения, поскольку они способствуют повышению качества учебно-воспитательного процесса через повышение социально-профессиональной активности сотрудников компании, а также являются основой для внедрения инновационных воспитательных форм.

Рассмотрим одно из наиболее эффективных средств информационно-коммуникационных технологий, применяемых при формировании компетенции корпоративного общения, более подробно.

Игровая деятельность, организуемая в рамках деловой игры с использованием программы Skype в учебном процессе, способствует овладению обучаемыми речевыми формулами, которые «манифестируют начало / продолжение / окончание контакта с партнером по общению; овладению речевыми средствами реализации стратегии сотрудничества; созданию интереса к обсуждаемой проблеме; повышению мотивации обучаемых» [65].

В процессе формирования компетенции корпоративного общения деловая игра с использованием программы Skype является своеобразной формой имитационного моделирования, т.е. моделью взаимодействия партнёров по общению в обстановке имитации условий будущей профессиональной деятельности, в ходе реализации которой участники игры развивают, совершенствуют и тренируют профессионально-ориентировочные умения.

Деловая игра с использованием программы Skype при формировании компетенции корпоративного общения – это некая модель корпоративного общения, обусловленная его особенностями (содержанием, обстановкой), в которой реализуются речевые действия партнеров, одним из которых является компьютер, направленные на достижение соглашения. Иначе говоря, ситуация, в которой отражаются мотивы взаимодействия, цели действий, условия протекания общения, социальные роли собеседников, а также те речевые действия, при помощи которых можно наиболее полно выразить отношение сторон к предмету корпоративного общения посредством Интернет-технологий.

Коммуникативная установка в данном случае – определение социального и ролевого статуса участников общения, установление социально-речевого контакта.

Сопоставляя деловую игру с использованием программы Skype с традиционными формами проведения занятий по иностранному языку в условиях неязыкового вуза, можно сделать вывод о том, что деловая игра с использованием программы Skype имеет ряд преимуществ:

1. В деловой игре с использованием программы Skype достигается более высокий уровень общения, чем при традиционном обучении, так как она предполагает реализацию конкретной деятельности.

2. Деловая игра с использованием программы Skype основана на активном участии обучаемого.

3. Выполнение разнообразных заданий приводит к конкретному результату, благодаря чему у обучаемых возникает «чувство удовлетворения от совместных действий», желание ставить и решать новые задачи.

4. В деловой игре с использованием программы Skype формируются и вырабатываются навыки установления контакта; выработки стратегии и тактики общения; выбора при этом наиболее подходящих форм и средств [146].

Использование деловой игры с использованием программы Skype в процессе формирования компетенции корпоративного общения (на иностранном языке) должно создать условия, чтобы ролевое общение стало стимулом к развитию спонтанной речи [64]. Для этого необходимо:

– четкое распределение ролей и ролевых отношений. Ролевые отношения можно разделить на симметричные – отражающие одинаковый социальный статус участников, и несимметричные – участники деловой игры с использованием программы Skype являются партнерами разного статуса. Пример: разговор посредством деловой игры с использованием программы Skype руководителя российской компании с секретарем руководителя иностранной компании – установление деловых контактов; секретаря руководителя российской компании с секретарем руководителя иностранной компании – договоренность о встрече. В данном случае обучаемый должен строить свое речевое поведение в соответствии с заданным статусом [62].

– взаимодействие. Создание конкретного, лично-значимого контекста способствует идентификации обучаемого с игрой, порождает его личностное участие в игре. Он соизмеряет свои речевые действия и реагирует на реплики компьютера/партнера в рамках контекстуальной ситуации. Пример: участник в соответствии со своей ролью может соглашаться или не соглашаться с высказыванием собеседника при ведении корпоративного общения посредством Интернет-технологий;

– игра должна быть динамичной, интересной, многообразно организованной и ситуативной, связанной с решением определенных проблем и коммуникативных задач;

– ввод преподавателем в процесс общения корректирующих условий. Так, преподаватель может прервать телефонные переговоры и сообщить новые сведения, которые нужно учесть при решении поставленной задачи и т. п.;

– оценка результатов разговора деловой игры с использованием программы Skype – установление контактов и подведение итогов.

Деловые игры с использованием программы Skype не только вызывают большой интерес у обучающихся, они дают им возможность овладения устными формами иноязычного общения в различных ситуациях, наглядно демонстрируя пути и возможности практического применения полученных знаний. Успешность проведения деловой игры с использованием программы Skype во многом

зависит от регулярности проведения такого вида работы. Чем раньше начинается социальное общение, тем выше готовность к нему.

Деловая игра с использованием программы Skype ставит специалиста в центр проблемы, он узнает много нового не со страниц учебника, а в реальной ситуации, смоделированной данным методом. Использование в процессе обучения компьютерных деловых игр, при проведении которых моделируются различные ситуации, в которых обучающиеся могут оказаться в силу своей профессиональной деятельности, а также могут решаться сложные задачи как речевого, так и ситуативного общения, наиболее полно отвечают задаче формирования компетенции корпоративного общения.

Данная форма, благодаря моделированию «жизненных» сценариев, каждый из которых максимально приближен к реалиям современной деловой жизни и имеет множество вариантов развития событий, позволяет в максимальной степени адаптировать процесс обучения к реальным условиям, существенно оживляет учебный процесс, позволяет закрепить теоретический материал и способствует формированию компетенции корпоративного общения.

Использование в процессе обучения методики общения в виртуальной реальности (средствами информационно-коммуникационных технологий) предполагает моделирование различных ситуаций, в которых обучающиеся могут оказаться в силу своей профессиональной деятельности. Кроме того, в рамках этой методики могут решаться сложные задачи как речевого, так и ситуативного общения, что наиболее полно отвечает задаче выработки умений, необходимых для формирования компетенции корпоративного общения.

Информационно-коммуникационные технологии могут использоваться для обучения некоторым видам деятельности, например практическим; для индивидуализации обучения; для контроля и самоконтроля; как средство, позволяющее моделировать явление и исследовать его изменение в зависимости от условий; для наглядности; организации дидактических игр качественно нового уровня; для организации необходимой информационной среды [70].

Анализ психолого-педагогической литературы, специфика корпоративного общения, а также комплексность умений, необходимых для его осуществления, позволили нам выявить и обосновать необходимость использования средств информационно-коммуникационных технологий в формировании компетенции корпоративного общения.

Использование информационно-коммуникационных технологий в формировании компетенции корпоративного общения повышает эффективность обучения, позволяет создать прочный аутентичный фундамент и «может стать незаменимым помощником» при формировании компетенции корпоративного общения «в условиях отсутствия возможности реального общения»[61].

На наш взгляд, успешное формирование у специалистов (сотрудников компании) компетенции корпоративного общения гарантировано, если оно происходит средствами информационно-коммуникационных технологий, поскольку они обладают следующими дидактическими возможностями:

- приобретения аутентичного опыта корпоративного общения и свободного обмена мнениями с партнерами по корпоративному общению;
- организации виртуального корпоративного общения в форме конференций, в том числе в режиме реального времени (незамедлительная обратная связь между пользователями средствами информационно-коммуникационных технологий);
- развития речевых умений, в том числе и на иностранном языке, необходимых для формирования компетенции корпоративного общения;
- хранения, обработки и в записи материалов корпоративного общения, а также обмена данными материалами между партнерами по корпоративному общению;
- перенесения полученных материалов корпоративного общения на собственный носитель, вывода на печать и самостоятельной работы с ними в удобное время.

В настоящее время усиление значимости использования информационно-коммуникационных технологий при формировании компетенции корпоративного общения объясняется целым рядом различных факторов, а именно: особенно-

стью мировоззрения обучаемых, их личным учебным и жизненным опытом, мотивацией и потребностью в учении, осознанием необходимости для дальнейшего карьерного роста в компании и новых возможностей в целом.

Таким образом, применение средств информационно-коммуникационных технологий в процессе формирования компетенции корпоративного общения и их дидактических возможностей в наибольшей мере способствует формированию компетенции корпоративного общения.

2.2. Педагогические условия формирования компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий

Для эффективного формирования компетенции корпоративного общения специалиста необходимо определить педагогические условия, которые будут наиболее благоприятными для формирования средствами информационно-коммуникационных технологий в период его обучения.

В психолого-педагогической литературе (Ю.К. Бабанский, А.В. Барабанщиков, Г.И. Вергелес, Т.Е. Климова, А.А. Реан, В.А. Ситаров и др.) под педагогическими условиями чаще всего понимают комплекс мер, способствующий достижению поставленной педагогической цели.

В определении Г.В. Белой, условия – это обстоятельства, который определяют те или иные последствия, наступление которых препятствует одним процессам или явлениям и благоприятствует другим [20].

В рамках нашего исследования мы используем определение В.И. Андреева и под педагогическими условиями понимаем «обстоятельства процесса обучения, которые являются результатом целенаправленного отбора, конструирования и применения элементов содержания, методов, а также организационных форм обучения для достижения определенных дидактических целей» [5].

В данной работе предпринята попытка определить педагогические условия формирования компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий в процессе корпоративного обучения.

Определение педагогических условий было осуществлено на основе общепринятой классификации условий, способствующих формированию качественных знаний, обозначенных в работах Т.К. Ахаян, Г.И. Щукиной, И.Я. Лернера, Г.Д. Кирилловой, а также В.В. Сафоновой, Л.Г. Кузьминой и др.

По мнению А.Я. Найна и Ф.Н. Ключева, «образовательная деятельность должна обеспечиваться целым комплексом организационно-педагогических условий, которые являются структурными компонентами целостной педагогической системы, взаимосвязанными между собой». В качестве условий, обеспечивающих эффективность процесса достижения образовательных целей, рассматривается «концепция планированного результата образования, воплощаемая в образовательных стандартах и являющаяся конкретизированным описанием глобальной цели образования, отражающая ценностные ориентации учащихся, сопряженные с ценностными ориентирами общества, требованиями к специалисту и педагогам, готовым и способным её реализовать; структурой и содержанием образования, являющимися основой образовательного процесса, вне которых достижение целей образования примет хаотичный, стихийный характер, а сам образовательный процесс станет во многом не диагностируемым; технологии педагогического процесса, которые будут способствовать приведению в действие механизмов, обеспечивающих реализацию концепции планируемого результата образования, придадут структуре образовательного процесса функциональный характер, обеспечат формирование необходимых компетенций, отраженных в содержании образования» [133].

При определении педагогических условий формирования компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий мы учитывали взаимосвязи между понятиями «корпоративная культура», «корпоративное общение» и «информационно-коммуникационные техноло-

гии». Помимо этого учитывалось изменение требований к профессиональной готовности специалистов в современных экономических условиях.

Изучение педагогической, методической литературы, опыт коллеги собственный опыт педагогической работы в вузе позволили выделить и дидактически обосновать следующие педагогические условия, которые обеспечат успешное формирование компетенции корпоративного общения:

1. Мотивационная готовность сотрудников компании к применению информационно-коммуникационных технологий в процессе формирования компетенции корпоративного общения.

2. Вовлечение сотрудников компании в различные виды корпоративного общения, используя средства информационно-коммуникационных технологий.

3. Осуществление поэтапного формирования компетенции корпоративного общения.

4. Создание преподавателем благоприятной атмосферы корпоративного общения и отношение к сотрудникам компании как субъектам формирования компетенции корпоративного общения.

5. Наличие стабильной корпоративной культуры компании.

6. Организация процесса формирования компетенции корпоративного общения на основе накопленного опыта работы в компании.

7. Непрерывный мониторинг сформированности компетенции корпоративного общения сотрудников компании.

Подробно остановимся на исследовании сущности выделенных нами педагогических условий.

Мотивационная готовность сотрудников компании к применению информационно-коммуникационных технологий в процессе формирования компетенции корпоративного общения.

Процесс формирования компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий в современных условиях обусловлен многими факторами, среди которых существенным является мотивация сотрудников компании.

Под мотивацией в психолого-педагогической литературе (В.Г. Асеев, В.К. Вилюнас, В.И. Ковалев, А.Н. Леонтьев, Б.Ф. Ломов, М.Ш. Магомед-Эминов, В.С. Мерлин, П.В. Симонов, Д.Н. Узнадзе, А.А. Файзуллаев, П.М. Якобсон, Дж. Аткинсон, Г. Холл, К. Мадсен, А. Маслоу, Х. Хекхаузен и др.) понимают совокупность внутренних и внешних движущих сил, которые побуждают человека к деятельности, задают границы и формы деятельности и придают этой деятельности направленность, ориентированную на достижение определенных целей [48].

Мотивационная готовность сотрудников компании к применению информационно-коммуникационных технологий при формировании компетенции корпоративного общения заключается в наличии мотивации к использованию информационно-коммуникационных технологий в решении профессиональных задач; усвоении специальных знаний и действий, связанных с информационно-коммуникационными технологиями; умении решать профессиональные задачи (вести корпоративное общение) с помощью информационно-коммуникационных технологий и включает в себя: навыки ведения корпоративного общения для актуализации корпоративных целей и ценностей (умение вступать в общение, умение поддерживать общение, умение захватить и удержать инициативу общения, умение завершить общение); умение ориентироваться в ситуации корпоративного общения и выбирать тактику поведения; умение конструировать корпоративное общение с коллегами на основе корпоративной культуры организации на родном и на иностранном языке; умение самостоятельно принимать решения в контексте корпоративной культуры и корпоративного общения; умение координировать и регулировать корпоративное общение с позиции слагаемых корпоративной культуры; умение работать в поликультурной команде: обмениваться информацией, поддерживать коллег, проявлять готовность помочь; умение устанавливать партнерские отношения в ходе взаимодействия с коллегами в поликультурной команде; умения, связанные с использованием сети Интернет (набор электронных сообщений, использование электронной почты): умение открыть/закрыть нужный сайт, умение зарегистрироваться и создать учетную за-

пись; умение отправлять/получать сообщения с помощью компьютерных программ.

Процесс информатизации общества требует от любого специалиста использования информационно-коммуникационных технологий в своей работе. Мотивационная готовность специалиста, участвующего в корпоративном общении к использованию таких технологий занимает ведущее место в формировании его профессиональной подготовки. В деятельности специалиста, участвующего в корпоративном общении, это обусловлено необходимостью овладения профессиональными знаниями и знаниями о корпоративном взаимодействии, страноведческими знаниями; формированием готовности к корпоративному общению; овладением опытом корпоративного общения; развитием умений вести корпоративное общение; развитием толерантности, рефлексии, активной позиции; развитием способности осознавать себя в качестве поликультурного субъекта, пересматривать свой опыт корпоративной коммуникации, трансформацией и интерференцией своего опыта корпоративной коммуникации.

Мотивационная готовность сотрудников компании в использовании информационно-коммуникационных технологий занимает важное место в процессе формирования компетенции корпоративного общения, создает потребность и готовность обучаться с использованием информационно-коммуникационных технологий, обуславливает перенесение теоретических знаний, умений и навыков в сферу их практического применения в профессиональной среде, а также способность к самостоятельному усвоению материала, самообразованию в области информационных технологий, применительно к корпоративному общению.

Вовлечение сотрудников компании в различные виды корпоративного общения, используя средства информационно-коммуникационных технологий.

По мере того, как компании все больше и больше осознают коммуникационные потребности своих сотрудников, методы и инструменты корпоративного общения становятся разнообразнее. Развитие информационных технологий и накопление доступной информации делает их все более сложными.

Корпоративное общение – это коммуникация сотрудников компании. Эффективное корпоративное общение является жизненно необходимым для любой компании механизмом, позволяющим обсуждать с сотрудниками задачи и проблемы компании.

Корпоративное общение включает в себя все виды общения, существующие в компании. Они бывают письменные и устные, личные или виртуальные и т. д. Могут осуществляться один на один или в группах.

В современных компаниях существует необходимость организовать коммуникацию большого количества сотрудников, с которым невозможно поддерживать постоянный личный контакт.

Общение людей на рабочих местах в значительной степени зависит от того, на каком уровне у них сформирована компетенция корпоративного общения, а также от их желания участвовать в корпоративном общении.

Корпоративное общение является на сегодняшний день незаменимым инструментом направления сотрудников на выполнение целей и задач компании. Это «направление» делает бизнес компании более эффективным: повышается производительность труда сотрудников, управляемость компанией, оптимизируются бизнес-процессы. Кроме того, корпоративное общение является конкурентным преимуществом компании, которое невозможно скопировать.

Опыт показывает, что корпоративное общение позволяет разработать цели деятельности, сформировать роли и ответственность за выполнение целей компании, обозначить приемлемые пути их достижения и помочь сотрудникам адаптироваться к постоянным изменениям бизнеса и внешней среды.

Вовлечение сотрудников компании в различные виды корпоративного общения, используя средства информационно-коммуникационных технологий, является важным педагогическим условием формирования компетенции корпоративного общения. Реализация данного педагогического условия происходит за счет осознания сотрудниками компании целей корпоративного общения и того, насколько цели корпоративного общения совпадают с их собственными устремлениями.

В связи с этим каждый сотрудник компании рассматривается как личность, которая способна реализовать цели корпоративного общения, и преподаватель решает, как наилучшим образом использовать потенциал каждого сотрудника.

Вовлечение сотрудников компании в различные виды корпоративного общения также означает осознание того, что именно они наиболее быстро способны обнаруживать и устранять различные препятствия и трудности при ведении корпоративного общения. Необходимо, чтобы действия сотрудников были поддержаны и поощрены преподавателем, что будет способствовать постоянному совершенствованию сотрудников в области корпоративного общения.

Осуществление поэтапного формирования компетенции корпоративного общения на основе разработанной модели формирования компетенции корпоративного общения.

Формирование компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий возможно при внедрении в процесс ее формирования модели, призванной обеспечить формирование компетенции корпоративного общения сотрудников компании в период их аккультурации («период приобщения к культуре и климату определенного организационного окружения» [154; 155]).

Разработка модели формирования компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий является теоретической основой исследования, представляет собой педагогическую систему. Модель отражает процесс формирования компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий; отражает основные стороны формирования готовности к корпоративному общению; характеризует возможность переноса научной информации, полученной в процессе изучения модели, на сам объект. Учебный материал отбирается и структурируется в соответствии с основными компонентами формирования компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий.

Модель формирования компетенции корпоративного общения включает в себя этапы формирования компетенции корпоративного общения.

I этап – изучение основ корпоративного общения; изучение иностранного языка; знакомство с информационно-коммуникационными технологиями, необходимыми для формирования компетенции корпоративного общения; приобретение знаний об особенностях корпоративной культуры и корпоративном общении, дополнительный тренинг «Основы корпоративной культуры и корпоративного общения».

II этап – развитие умений, необходимых для корпоративного общения в проблемных ситуациях на немецком языке; общение с использованием информационно-коммуникационных технологий: аудио- и видеоряда, коммуникация в рамках корпоративного общения, умение выражать мнение в разных сферах корпоративного общения; расширение профессионального кругозора сотрудников компании, формирование компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий.

III этап – совершенствование умений компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий (умение применять полученные знания для решения конкретных задач в сфере межкультурного корпоративного общения, ведение переговоров, выявление и формирование лидерских качеств, имиджа компании, умение достигать поставленной цели в конфликтной ситуации).

Необходимо отметить, что формирование компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий в зависимости от этапа происходит с учетом индивидуального подхода и качества усвоения знаний; а также подбора, разработки и применения заданий для комплексного и последовательного освоения знаний обучающимися.

Таким образом, формирование компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий проходит поэтапно на теоретических занятиях, практических занятиях и на тренингах.

Создание преподавателем благоприятной атмосферы корпоративного общения и отношение к сотрудникам компании как к субъектам формирования культуры корпоративного общения.

Основой успешного формирования компетенции корпоративного общения является создание преподавателем благоприятной атмосферы «климата» корпоративного общения. Следовательно, удовлетворение потребности в психологическом комфорте, создание благоприятной атмосферы является одним из важнейших условий формирования компетенции корпоративного общения.

Термин «психологическая атмосфера» пришел в педагогику из социологии и социальной психологии. «Психологическая сторона» атмосферы при формировании компетенции корпоративного общения раскрывается в эмоциональных и интеллектуальных состояниях обучаемых.

Реализация выделенного условия осуществляется посредством адаптационного тренинга, целью которого является повышение мотивационной включенности обучаемых в корпоративную культуру и атмосферу корпоративного общения, а также побуждение к совершенствованию компетенции корпоративного общения.

Реализация в образовательном процессе субъект-субъектных отношений между преподавателями и сотрудниками компании, гуманизация системы их взаимоотношений также будут способствовать созданию благоприятной атмосферы, раскрытию активности обучаемых.

По мнению Л.С. Выготского, главный результат педагогической деятельности необходимо рассматривать с двух сторон. Первое – качественные изменения в психическом облике обучаемого, наличие благоприятной перспективы его дальнейшего развития. Второе – личностные новообразования преподавателя, совершенствование его профессиональной деятельности.

Преподаватель и обучаемый должны быть в одном измерении: развивать индивидуальность обучаемого невозможно без развития собственной индивидуальности и стиля деятельности, которые непосредственным образом влияют на формирование отношений сотрудников компании к их профессиональной деятельности [информация с сайта: http://www.jeducation.ru/6_2004/37.html].

Развитие субъект-субъектных отношений между преподавателем и обучаемым в процессе формирования компетенции корпоративного общения обу-

славливает вовлечение последних в управление учебным процессом, прямое их участие во всех его этапах. Обучаемый (сотрудник компании) как познающий субъект выступает в разной роли: в качестве активного приемника информации внешней, заключенной в ранее созданном тексте научного документа, или информации, полученной от преподавателя; в качестве активного источника (создателя, автора), стремящегося передать информацию потенциальному приемнику – будущему читателю или слушателю [информация с сайта: <http://www.sworld.com.ua/konfer28/589.pdf>].

Субъект-субъектное взаимодействие – это особые отношения, при которых педагог и его воспитанники воспринимают друг друга в качестве равноправных партнёров общения. Такое равноправное восприятие вовсе не означает, что их мнения одинаковы, но позволяет каждому иметь своё собственное мнение, а также предоставляет право его отстаивать и защищать в диалоге. В результате участники могут показать свою индивидуальность партнёру по общению. Отсюда следует, что общение педагога с обучаемыми должно совершаться на уровне современных культурных достижений не столько потому, что педагог должен быть примером для своих воспитанников, сколько в силу того, что его взаимодействие с обучаемыми является воссозданием культуры [14].

Рассмотрение общения как взаимодействия субъектов предполагает, что педагог всегда общается со своеобразной личностью, активным участником совместного процесса, выступающим партнёром педагога в их общем деле. Становление субъектности обоих участников образовательного процесса должно базироваться на педагогической технологии, которая: 1) учитывает психологические особенности личности и её интеллектуальное развитие; 2) опирается на внутренние ресурсы личности, а не на принуждение; 3) построена на гуманистическом понимании природы и отношения к себе и другим; 4) стимулирует творческое развитие личности в её стремлении к актуализации, которую К. Роджерс считает врождённым желанием «проявить себя, свои возможности с целью сделать человека более сильным, а его жизнь – более разносторонней» [32, с. 81].

Реализация субъект-субъектных отношений создает условия для полноценного проявления и развития личностных функций субъектов образовательного процесса. В качестве таких функций В.В. Сериков рассматривает:

- *критичность* (по отношению к предлагаемым извне ценностям и нормам);
- *коллизийность* (умение обнаруживать и анализировать скрытые противоречия, определять преимущества одного противоречия над другим);
- *рефлексивность* (осмысление чего-либо при помощи изучения и сравнения собственных размышлений, сомнений; умение конструировать и удерживать образ своего «я» в контексте переживаемого события как установку по отношению к самому себе в плане своих способностей, социальной значимости, самоуважения, стремления повысить самооценку);
- *опосредование* (процесс перевода внешних воздействий во внутренние импульсы поведения);
- *мотивация* (процесс принятия и обоснования деятельности, решения);
- *ориентирование* (умение выбирать ориентиры для построения личностной картины мира – индивидуального мировоззрения);
- *самоактуализация* (стремление к полному выявлению и развитию своих личностных возможностей; переход из состояния возможностей в состояние действительности; один из ведущих факторов мотивации);
- *самореализация* (стремление к признанию своего образа «я» окружающими);
- *смыслотворчество* (определение систем жизненных смыслов);
- *преобразование* (обеспечение творческого характера любой личностно-значимой деятельности, в качестве которой выступает деятельность отношения и общения как деятельность осмысления и творчества);
- *автономность* (независимость от внешних воздействий, способность реагировать на них, исходя из нравственных законов гуманизма);

– *уровень духовности* (обеспечение жизнедеятельности высокими нравственными ценностями, предотвращение ее перевода к утилитарным целям) [180].

Развиваясь как личность, сотрудник компании формируется и как субъект деятельности, субъект познания, субъект общения, субъект самопознания, осуществляет переход от внешней регуляции к саморегуляции, к самоконтролю, к самоорганизации, к активному саморазвитию. Под *субъектностью* понимают способность сотрудника компании сознательно и активно соучаствовать в позитивном разрешении противоречий, возникающих на «стыках» стадий развития интеллекта, созидательно и творчески преодолевать трудности в учении, целенаправленно воспитывать в себе профессионально важные и социально необходимые качества [98].

В результате реализации этого условия сотрудники компании приобретают опыт совместной работы по планированию и проектированию своей деятельности, а также по формированию и развитию системы профессионально значимых личностных качеств, необходимых для формирования компетенции корпоративного общения, способствующих их самосовершенствованию и самореализации в профессиональной деятельности.

Наличие стабильной корпоративной культуры компании.

Формирование компетенции корпоративного общения сотрудников компании возможно только при наличии в компании стабильной корпоративной культуры.

Выделяя данное условие, мы исходили из теоретических положений концепции сильной корпоративной культуры Т.Н. Персиковой, по мнению которой, сильная корпоративная культура включает следующее:

– признание тесной взаимосвязи между личностью и работой сотрудника. Развитие знаний и квалификации оценивается не как результат предварительного обучения и тренировки, а как следствие;

– личность сотрудника, т. е. единство многообразных способностей, потребностей и ролей, должна соответствовать такой работе, содержание кото-

рой не расчленено на частичные операции, а представляет единство различных задач.

Это означает переход от узкоспециализированного рабочего места к универсальному, коллективному, совмещение профессий, делегирование дополнительных полномочий работнику, выполнение им различных функций на разных уровнях.

В исследованиях Т. Дил и А. Кеннеди [231] успешные компании рассматриваются как компании с сильной корпоративной культурой, с помощью которой сотрудники объединяются, отождествляя себя со своей компанией и совместно стремясь к достижению единой цели. Авторы считают, что культура компании влияет на ее политику, принимаемые решения, все виды деятельности, а следовательно, и на итоговый успех. Для достижения максимальных результатов деятельности организации все сотрудники должны стремиться к укреплению своей корпоративной культуры.

Каждый сотрудник компании воспринимает корпоративную культуру индивидуально, и все эти представления похожи, но не одинаковы. Работник обладает своими предварительно сформированными убеждениями, которые определяют его понимание корпоративной культуры. На восприятие культуры индивидуумом влияет его предыдущий жизненный и профессиональный опыт [154]. На начальном этапе вхождения в корпоративную культуру значимость личных убеждений для человека сильнее, чем в последующие периоды, и важную роль в данный период имеет компетенция корпоративного общения, поскольку адаптация сотрудника происходит в процессе корпоративного общения.

Компетенция корпоративного общения проявляется на внешнем и внутреннем уровнях. К внешнему уровню относится «социальное и физическое окружение: технология, видимые и слышимые модели поведения, интерьер, одежда, язык и т. д. К внутреннему уровню (скрытому) относятся представления, ценности, убеждения, способы восприятия окружающего мира и т. д.» [154].

Именно сильная корпоративная культура является необходимым атрибутом успешного формирования компетенции корпоративного общения, поскольку она

объединяет сотрудников, которые отождествляют себя со своей организацией и стремятся к достижению единой цели совместными усилиями.

Организация процесса формирования культуры корпоративного общения на основе накопленного опыта работы в компании.

Опыт работы в компании подразумевает профессиональную деятельность сотрудника компании, которая не представляется возможной без корпоративного общения. В процессе профессиональной деятельности у сотрудника компании формируется определенное профессиональное поведение, формы и манера общения в рамках определенной компании, которые необходимо учитывать при формировании культуры корпоративного общения.

Корпоративное общение затрагивает различные сферы общения, зависящие от ситуации, в которой оно протекает, и направлены на решение корпоративных задач.

Поскольку культура корпоративного общения определяется нами как совокупность знаний, умений, опыта и мотивов, необходимых сотрудникам многонациональной компании для осуществления поликультурного общения с использованием разнообразных технических средств коммуникации, ее формирование должно происходить на основе уже имеющегося у сотрудника опыта корпоративного общения и учета ситуаций корпоративного общения.

Реализация данного условия осуществляется на основе использования в процессе формирования культуры корпоративного общения ролевых и деловых игр, сценарий которых соответствует производственной деятельности компании, наглядно демонстрируя пути и возможности практического применения полученных знаний.

Непрерывный мониторинг сформированности компетенции корпоративного общения сотрудников компании.

Под мониторингом в образовании понимается система сбора, обработки, хранения и распространения информации об образовательной системе или об отдельных ее элементах, ориентированная на информационное обеспечение

управления, позволяющая судить о состоянии объекта в любой момент времени и дающая прогноз ее развития [21; 86; 87; 88; 122]

Для успешного формирования компетенции корпоративного общения необходимо постоянно отслеживать происходящее корпоративное общение в реальной среде, с тем чтобы включить результаты текущих наблюдений в процесс управления формированием компетенции корпоративного общения.

Мониторинг представляет собой целостную систему, реализующую множество функций. В исследованиях по педагогике и психологии (А. Белкин, В. Кальней, А. Майоров, А. Орлов, А. Островерх, А. Пульбере, Г. Шабанов, С. Шишов) выделяют следующие важные аспекты:

- 1) непрерывность (постоянный сбор данных);
- 2) диагностичность (наличие модели или критериев, с которыми можно соотнести реальное состояние отслеживаемого объекта или процесса);
- 3) информативность (включение в состав критериев для отслеживания наиболее проблемных показателей и критериев, на основании которых можно делать выводы об искажениях в отслеживаемых процессах);
- 4) научность (обоснованность модели и отслеживаемых параметров);
- 5) обратная связь (информированность объекта мониторинга о результатах, которая позволяет вносить коррективы в отслеживаемый процесс).

Мониторинг сформированности компетенции корпоративного общения сотрудников компании отслеживается по двум направлениям:

- отслеживаются параметры деятельности сотрудника компании; основное внимание уделяется «процессуальным характеристикам», особенностям осуществления корпоративного общения, его трудностям, препятствиям, искажениям, так как эти данные являются наиболее информативными;
- осуществляются наблюдения за формированием компетенции корпоративного общения, дается оценка и прогноз состояния сотрудника компании в процессе формирования компетенции корпоративного общения.

Важным моментом мониторинга сформированности компетенции корпоративного общения сотрудников компании является диагностика сформирован-

ности компетенции корпоративного общения и внесение корректив в процесс ее формирования.

Из многообразия способов и технологий мониторинга, представленных в психолого-педагогической литературе [88] следует назвать: *текущее наблюдение, метод тестовых ситуаций, экспликацию, опросные методы, анализ результатов учебно-профессиональной деятельности, тестирование*. Из них нами были выделены наиболее эффективные для мониторинга сформированности компетенции корпоративного общения сотрудников компании:

1. Метод тестовых ситуаций – создание специальных условий, в которых каждый из структурных компонентов компетенции корпоративного общения проявляется наиболее отчетливо. «Для этого используются приемы прерывания учебных действий обучаемых, постановки уточняющих вопросов, стимулирования рефлексии своих познавательных действий и т. д.».

2. Экспликация (от лат. *explication* – «развертывание, разъяснение») позволяет не только диагностировать происходящие изменения в развитии сотрудника компании в процессе формирования компетенции корпоративного общения, но и своевременно внести коррективы. Экспликация осуществляется путем постановки наводящих вопросов, оказание помощи в виде подсказок и совместных действий, поощрения обучаемых; путем постановки наводящих вопросов, оказания помощи в виде совместных действий. Регистрация эксплицируемых характеристик проводится посредством метода наблюдения, а фиксация данных – с помощью опросников, в которых отражаются эмпирически наблюдаемые учебно-профессиональные действия и качества обучаемых.

3. Опросные методы при мониторинге сформированности компетенции корпоративного общения сотрудников компании позволяют получить информацию о развитии субъектов процесса формирования компетенции корпоративного общения на основе анализа письменных или устных ответов на специально подобранные вопросы. Опросники дают возможность определить уровень выраженности или сформированности основных компонентов компетенции корпоративного общения.

4. Тестирование. Для мониторинга сформированности компетенции корпоративного общения сотрудников компании применяются практические тестовые задания (приложение). Важным достоинством тестирования является ориентация на норму, что позволяет сопоставлять, сравнивать оценки, полученные при помощи теста.

Мониторинг сформированности компетенции корпоративного общения сотрудников компании является важным педагогическим условием формирования компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий, поскольку мониторинг обуславливает профессиональное развитие сотрудника компании. Результаты мониторинга выступают в качестве информационной основы для проектирования дальнейшей работы по формированию компетенции корпоративного общения.

Таким образом, представленные педагогические условия способствуют реализации модели формирования компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий, которые, на наш взгляд, позволяют сделать этот процесс эффективным.

2.3 Описание и результаты опытно-экспериментальной работы по формированию компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий

В ходе исследования была теоретически обоснована модель формирования компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий, направленная на совершенствование процесса корпоративного обучения с целью повышения уровня сформированности компетенции корпоративного общения сотрудника компании.

В работе мы опирались на методологические основы организации и проведения опытно-экспериментальной работы, изложенные в трудах таких ученых, как В.И. Загвязинский, В.В. Краевский, А.М. Новиков, В.М. Полонский, М.Н. Скаткин и др. [84; 106; 135; 136; 137; 160].

Опытно-экспериментальная работа проводилась с целью выявления эффективности предлагаемой модели педагогических условий ее реализации, а также возможности ее внедрения в деятельность компании ООО Айзак Консалтинг» и Воронежского филиала «Воронеж ГИПРОДОРНИИ» ОАО «ГИПРОДОРНИИ».

Опытно-экспериментальная работа по формированию компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий проходила в течение двух лет (2011–2013 гг.). В экспериментальной работе приняли участие 35 сотрудников немецкой многонациональной компании ООО Айзак Консалтинг (ISAC Consulting GmbH) и 45 сотрудников Воронежского филиала «Воронеж ГИПРОДОРНИИ» ОАО «ГИПРОДОРНИИ». Всего в эксперименте приняло участие 80 сотрудников.

Педагогический эксперимент проводился в процессе корпоративного обучения сотрудников компании ООО Айзак Консалтинг (ISAC Consulting GmbH) и Воронежского филиала «Воронеж ГИПРОДОРНИИ» ОАО «ГИПРОДОРНИИ» на немецком и русском языках.

Опытно-экспериментальная работа включала проведение констатирующего и формирующего эксперимента.

На первом этапе проводился констатирующий эксперимент. Основные методы исследования на данном этапе: анкетирование, тестирование, диагностическое интервью с сотрудниками и руководителем компании, а также наблюдение за рабочими ситуациями в компании.

В ходе констатирующего эксперимента была проведена диагностика сформированности уровня компетенции корпоративного общения сотрудников немецкой многонациональной компании ООО Айзак Консалтинг (ISAC Consulting GmbH) на немецком языке и сотрудников Воронежского филиала «Воронеж ГИПРОДОРНИИ» ОАО «ГИПРОДОРНИИ» на русском языке. Необходимо отметить тот факт, что все сотрудники компании ООО Айзак Консалтинг знают немецкий и английский язык, 50% сотрудников компании являются русскогово-

рящими, но языком корпоративного общения внутри компании является немецкий язык.

Анкетирование было проведено с помощью компьютерной программы «Определение уровня сформированности компетенции корпоративного общения», позволяющей унифицировать процесс анкетирования. Компьютерная программа представляет собой электронный тест и включает в себя 40 позиций, объединенных в соответствующие части и представляющих собой специальные умения, способности, качества и свойства личности, определяющие компетенцию корпоративного общения. Сотрудникам компании предлагалось определить степень выраженности у себя каждой позиции по 5-балльной системе оценок: максимальная степень выраженности соответствует 5 баллам, минимальная – 1 баллу. Затем подсчитывался средний балл по каждой позиции, и в соответствии с ним проводилось ранжирование. По полученным ранговым рядам подсчитывался коэффициент ранговой корреляции для сотрудников, результаты были представлены в виде диаграмм, составленных программой в соответствии с результатами анкетирования. Включенные в анкету умения представлены в виде четырех самостоятельных блоков, отражающих различные компоненты компетенции корпоративного общения специалиста:

I часть – мотивационно-ценностная – включает мотивы, цели, ценностные установки специалиста, предполагающие отношение к профессиональной деятельности и корпоративной культуре как к ценности, потребность специалиста в проектировании своей профессиональной карьеры в рамках корпоративной культуры: готовность к постоянному развитию и совершенствованию; высокий уровень самооценки и притязаний; желание работать в компании; достижение высокого социально-корпоративного статуса; патриотическая жизненная позиция; социальная активность в межкультурных взаимодействиях; готовность работать в команде; ответственность за свои поступки и результаты работы; степень мотивированности на предстоящее корпоративное общение. чувство принадлежности к своей компании.

II часть – когнитивная – знания корпоративной культуры, особенностей речевых формул в ситуациях поликультурной деловой коммуникации, стратегии и тактики диалогового и группового корпоративного общения, а также этических и этикетных норм различных стран при ведении корпоративного общения.

III. часть – операциональная – умения моделирования ситуации реальной корпоративной коммуникации, а также операции и действия, связанные с использованием сети Интернет (набор электронных сообщений, использование электронной почты): умение ориентироваться в ситуации корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий; умение совершенствовать собственные качества личности, знания и навыки корпоративного общения для достижения лучших результатов; умение поддерживать благоприятный социально-психологический климат в компании в ситуациях корпоративного общения; готовность к участию в формальном корпоративном общении; готовность к участию в неформальном корпоративном общении; умения, связанные с использованием сети Интернет: набор электронных сообщений; умения, связанные с использованием сети Интернет: использование электронной почты; умение открыть/ закрыть нужный сайт; умение пользоваться программным обеспечением пакета «MicrosoftOffice»; умение пользоваться программой Skype и ее аналогами для виртуального корпоративного общения через Интернет.

IV часть – рефлексивная – анализ собственной поликультурной деятельности и её продуктов в сфере полилингвального корпоративного общения: удовлетворение от ведения корпоративного общения; удовлетворение от добросовестного выполнения своих обязанностей в процессе ведения корпоративного общения; ответственность за свои поступки и результаты корпоративного общения; возможность реализации в компании творческого потенциала в процессе ведения корпоративного общения; умение оценить собственный творческий потенциал в процессе ведения корпоративного общения; умение оценивать собственную поликультурную деятельность в процессе ведения корпоративного общен-

ния; умение самостоятельно оценивать принятые решения в контексте корпоративного общения.

Анкетирование сотрудников было направлено на выявление информации, которая отражает знания, мнения, ценностные ориентации и установки сотрудников, их отношение к событиям, явлениям действительности. Данная информация основывается на индивидуальном интересе сотрудников компании и может быть весьма субъективной. Результаты анкетирования представлены в приложении.

Для получения достоверных результатов были использованы следующие методики:

– для оценки уровня сформированности мотивационно-ценностного компонента компетенции корпоративного общения – методика определения профессиональной и внепрофессиональной мотивации Е. Головахи, а также тест В.Р. Веснина «Уровень организационной культуры»;

– для оценки уровня сформированности когнитивного компонента компетенции корпоративного общения – методика диагностики коммуникативной установки по В.В. Бойко (определение общей коммуникативной толерантности), методика В. Тараненко «Опросник деловой направленности личности» и методика выявления «Коммуникативных и организаторских склонностей» Е.Ю. Бруннера;

– для оценки уровня сформированности операционального компонента компетенции корпоративного общения – использовались методики моделирования ситуаций корпоративного общения (в рамках констатирующего эксперимента использовались минирольевые игры с использованием средств информационно-коммуникационных технологий); методика оценки компьютерной грамотности – «диагностическая система», построенная на основе международного стандарта ECDL (European Computer Driving Licence).

– для оценки уровня сформированности рефлексивного компонента компетенции корпоративного общения – тестовые задания по деловому общению: например, «Управленческие действия» (самооценка практических навыков искусства общения и решения конкретных деловых ситуаций), а также ряд тес-

тов представленных в приложении к данной работе: тест «Самооценка делового общения», тест «Ваш уровень общительности», тест «Стиль делового общения», тест «Оценка Вашего поведения на деловых переговорах».

Перечисленные методики и критерии их оценки, результаты оценки уровня сформированности компетенции корпоративного общения представлены в приложении.

Для успешного проведения эксперимента важную роль играет правильный подбор его участников. Различают такие методы отбора экспериментальных групп, как метод случайного отбора, метод попарного отбора, метод структурной идентификации [135].

Ко всем трем методам отбора экспериментальных групп выдвигается одно общее требование: они должны гарантировать правомерность распространения выводов эксперимента на тот объект, изменение характеристик (или условий функционирования) которого предусматривается в последующем. Этот объект выступает как генеральная совокупность, из состава которой выбирается экспериментальная группа [84]. Наиболее удобным представляется в данной ситуации метод структурной идентификации. Контрольная и экспериментальная группы среди сотрудников компании ООО Айзак Консалтинг (ISAC Consulting GmbH) были сформированы по характеристике «знание языка (немецкого)» и выравнены следующим образом: численность двух групп составляет соответственно 18 и 17 человек. Экспериментальная группа (ЭГ1) состояла из 18 сотрудников, для 80% которых немецкий язык является иностранным, а русский – родным языком. В контрольной группе (КГ1) русский язык является родным языком для 60% сотрудников. Подбор контрольной и экспериментальной групп сотрудников Воронежского филиала «Воронеж ГИПРОДОРНИИ» ОАО «ГИПРОДОРНИИ» проходило по характеристике «знание иностранного языка (немецкого)». Экспериментальная группа (ЭГ2) состояла из 23 сотрудников, контрольная группа (КГ2) – 22 человека.

Проведенный входной контроль сформированности компетенции корпоративного общения контрольной и экспериментальной групп по названным

выше методикам и обработка результатов методами математической статистики показали, что уровень сформированности компетенции корпоративного общения экспериментальных и контрольных групп в начале эксперимента находится приблизительно на одинаковом уровне. Это позволило сделать вывод, что сформированные для эксперимента группы идентичны по всем контрольным характеристикам, которые могли повлиять на исход эксперимента.

Необходимо отметить, что уровень сформированности компетенции корпоративного общения немецкоговорящих сотрудников немецкой многонациональной компании ООО Айзак Консалтинг незначительно выше уровня сформированности компетенции корпоративного общения русскоговорящих сотрудников компании ООО Айзак Консалтинг. Результаты констатирующего эксперимента связаны, по нашему мнению, прежде всего с тем, что в Германии учебные курсы и тренинги, направленные на формирование компетенции корпоративного общения есть практически в каждом университете и колледже, издается множество научной и популярной литературы. К сожалению, в нашей стране в течение долгого времени вопросам формирования компетенции корпоративного общения (технологиям ведения деловых бесед и переговоров по телефону, презентаций и т.д. и т.п.) не уделяли должного внимания.

Полученный результат позволил сделать вывод о необходимости формирования компетенции корпоративного общения у будущих специалистов в период их обучения в высших учебных заведениях.

Основной целью всей экспериментальной части диссертационного исследования являлась проверка предположения о том, что характеристики контрольных групп останутся постоянными или изменятся незначительно в течение всего периода эксперимента, а экспериментальных – изменятся значительно. По итогам формирующего эксперимента контрольные характеристики групп будут сравнены и обобщены в выводы о причинах и величине происшедших изменений.

На втором этапе проводился формирующий эксперимент, который проходил в условиях производственной деятельности сотрудников компании ООО Айзак Консалтинг (ISAC Consulting GmbH) и Воронежского филиала «Воронеж ГИПРО-

ДОРНИИ» ОАО «ГИПРОДОРНИИ» с учетом особенностей корпоративного обучения и был рассчитан на 50 занятий (20 часов - тренинг), которые проводились 2 раза в неделю.

В ходе формирующего эксперимента была реализована модель формирования компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий.

В экспериментальных группах формирование компетенции корпоративного общения осуществлялось в условиях корпоративного обучения, а сотрудники, которые входили в контрольные группы участия в корпоративном обучении не принимали.

Реализация содержания модели формирования компетенции корпоративного общения в экспериментальной группе обеспечивается определенными в работе педагогическими условиями, а контрольная группа обучалась в существующих условиях учебного процесса.

На начальном этапе формирующего эксперимента был проведен тренинг «Основы корпоративного общения». Он позволил решить следующие задачи:

- знакомство сотрудников компании с понятиями «корпоративная культура», «корпоративное общение» и углубление имеющихся знаний по данному вопросу;
- создание условий для актуализации интереса сотрудников компании к вопросам формирования компетенции корпоративного общения, прочного усвоения теоретических знаний о корпоративной культуре, корпоративном общении;
- выработка умений переносить знания в практическую деятельность по формированию компетенции корпоративного общения.

Программа тренинга «Основы корпоративного общения»

Цели тренинга:

- познакомить сотрудников компании с понятиями «корпоративная культура», «корпоративное общение»;

– изучить, как посредством эффективного коммуникативного общения повысить результативность каждого сотрудника компании;

– приобрести компетенцию корпоративного общения, необходимую для выполнения своих функциональных обязанностей.

Программа тренинга состоит из трех содержательных модулей:

1. Структура корпоративной культуры и корпоративного общения.
2. Виды корпоративного общения.
3. Уровни корпоративного общения в компании.

В тренинге используются мини-лекции, групповые обсуждения, кейс-метод, видеообучение, метод сторителлинга, баскет-метод, групповые проекты, совместные разработки, дискуссии, дебаты. Большая часть времени на тренинге посвящена практической отработке необходимых знаний, умений и навыков, поскольку сотрудник не только знакомится с новой информацией, но и практически обучается действовать в соответствии с этой информацией. Применение видео- и аудиоаппаратуры для анализа действий участников тренинга значительно повышает обучающий эффект программы тренинга.

Данный тренинг рассчитан на 20 академических часов. Содержание программы тренинга представлено в таблице 2.

Таблица 2

Содержание программы тренинга

№	Содержание	Методы	Длительность (1 час = 45 мин.)
1.	Организационные мероприятия		1 час
2.	Структура корпоративной культуры и корпоративного общения. Основные аспекты понятий «корпоративная культура» и «корпоративное общение». Пять ключевых компетенций современного специалиста, востребованных на рынке труда. Атрибуты, характеризующие и идентифицирующие корпоративную культуру. Основные аспекты понятия корпоративное общение.	– мини-лекция; – кейс-метод, направленный на осознание сотрудниками своей роли в корпоративной компании, а также своих сильных и слабых сторон в корпоративном общении	4 часа

№	Содержание	Методы	Длительность (1 час = 45 мин.)
	Основные элементы корпоративного общения. Цели корпоративного общения. Вовлеченность в корпоративное общение или ее отсутствие: влияние на качество сообщаемой и получаемой информации		
3.	Виды корпоративного общения. Классификации корпоративного общения. Содержание корпоративного общения. Корпоративное общение с использованием разнообразных технических средств коммуникаций. Корпоративное общение в виртуальной среде. Инвариантные и варьирующиеся особенности корпоративного общения в виртуальной среде. Коммуникативный квадрат.	– мини-лекция; – сторителлинг; – дискуссии; – видеообучение	8 часов
4.	Уровни корпоративного общения в компании. Вертикальное и горизонтальное корпоративное общение: Нисходящее и восходящее направление. Стили корпоративного общения: ритуальный стиль, манипулятивный стиль, гуманистический стиль	– мини-лекция; – баскет-метод; – видеообучение; – дебаты	6 часов
5.	Завершение тренинга		1 час
ИТОГО:			20 часов

Специалисты по тренингам выделяют пять базовых методов обучения, используемых в тренинговых группах: групповые дискуссии; игровые методы; моделирование ситуаций; техники развития сенсорной чувствительности; медитативные техники [164].

Подробнее остановимся на понятии «мини-лекция». Мини-лекции посвящены теоретическим вопросам корпоративной культуры и корпоративному общению. Мини-лекции – это традиционное средство изложения небольшого объема учебного материала в короткий срок, что позволяет развить множество новых идей в течение одного занятия, сделать необходимые акценты. В то же время ограниченность лекций как средства профессионального обучения связана с тем, что слушатели являются пассивными участниками происходящего [207]. В ре-

зультате практически отсутствует обратная связь, не контролируется степень усвоения материала и отсутствует возможность внести коррективы в ход обучения. Поэтому лекционные занятия проводятся в форме интерактивного общения с использованием наглядных пособий, технических средств и раздаточного материала.

Однако, как было указано выше (параграф 1.4), опыт практической и творческой деятельности в наибольшей степени приобретается при использовании технологий активного обучения: кейс-метод, видеообучение, метод сторителлинг, баскет-метод, групповые проекты, групповые обсуждения, совместные разработки, дискуссии, дебаты.

Ресурс корпоративного тренинга заключается в том, что он позволяет затрагивать широкий круг целей и задач, касающихся развития корпоративной культуры. Подобный тренинг помогает достичь консолидации, сплоченности; идентичности (принадлежности); информированности; причастности к принятию решений; сформировать коллективное самосознание, повысить уровень комплицированности (идеологической близости) членов компании, то есть осознания и принятия общей миссии, целей, ценностей компании. При этом решаются следующие задачи: развитие творческого потенциала; генерация новых идей; выработка направлений развития; поддержка сложного начинания; усиление лояльности по отношению к компании; диагностика ценностной ориентации членов компании; интериоризация ценностей; прояснение правил, норм, ценностей корпоративной культуры компании [156].

В процессе корпоративного тренинга использовались тексты тематической направленности на немецком языке задания к ним, позволяющие выявить у участников тренинга сформированные теоретические знания, касающиеся понятий «корпоративная культура» и «корпоративное общение», а также сформировать у обучаемых достаточный лексический запас, поскольку языком корпоративного общения в компании является немецкий язык.

С целью усиления «корпоративно-культурной» составляющей тренинга используется реальное содержание деятельности компании. Сами участники

тренинга в такой ситуации ощущают причастность к принятию значимых решений в компании, что повышает их корпоративную идентичность.

Корпоративная идентичность усиливается за счет приобщения к реальной деятельности; причастности к построению стратегии развития компании; видения коллектива в целом и осознания своего места в нем и своих перспектив; в осознании собственной востребованности; в самоутверждении в деятельности коллектива.

Таким образом, можно говорить о важности и необходимости корпоративного тренинга на начальном этапе формирующего эксперимента, в котором обучение сочетается с анализом проблем компании, направлено на их постановку и разработку, причем не в качестве иллюстрации или примера, как в традиционном обучении, а непосредственно, как это бывает при решении управленческой задачи.

Основная часть формирующего этапа опытно-экспериментальной работы состояла из 30 занятий, которые проходили 2 раза в неделю.

В ходе основной части формирующего этапа опытно-экспериментальной работы были использованы формы и методы формирования компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий. В зависимости от поставленной задачи эти формы были включены в разных соотношениях в процесс формирования компетенции корпоративного общения. Каждая форма имела свои преимущества и недостатки. И главным критерием при выборе той или иной формы являлась ее эффективность для достижения целей обучения каждого конкретного сотрудника компании.

В процессе формирования компетенции корпоративного общения нами было использовано организованное ролевое общение на основе специально отобранных «жизненных» ситуаций компании с использованием средств информационно-коммуникационных технологий. Ролевое общение при формировании компетенции корпоративного общения было реализовано в ролевой игре в виде учебного общения, которое было организовано в соответствии с разработанным сюжетом, распределёнными ролями и межролевыми отношениями.

Разработка ролевых игр проводилась по технологии Н.Д. Гальсковой и Н.И. Гез [54]. По их мнению, ролевая игра предполагает наличие трех этапов:

1. Подготовительный этап включает предварительную работу преподавателя и обучающихся. Подготовка преподавателя, по мнению авторов, предусматривает:

- а) выбор темы и формулирование проблемы;
- б) отбор и повторение необходимых языковых средств;
- в) уточнение параметров ситуации: время, место, количество участников, степень официальности; статусно-ролевые характеристики партнеров; личностные характеристики персонажей; речевые намерения: запрос информации, выражение согласия/несогласия, аргументация собственного мнения;
- г) подготовку атрибутов игры: наглядные пособия, карточки;
- д) уточнение цели игры и планируемого конечного результата.

Подготовка обучаемых заключается в следующем: поиск дополнительных данных по теме или изучение раздаточного материала; повторение речевых формул и лексики по теме.

2. Проведение игры. Авторы включают в данный этап распределение ролей. Контроль предполагает общее обсуждение и анализ ролевой игры.

Рассмотрим некоторые из ролевых игр, использованных нами при реализации модели формирования компетенции корпоративного общения в период корпоративного обучения.

Поскольку корпоративное ролевое общение требует развитых социальных умений, в ролевые игры в процессе формирования компетенции корпоративного общения были включены элементы социального тренинга (упражнений в общении). Примеры подобных заданий следующие [71]:

- line-up (сотрудники компании стремятся как можно быстрее выстроиться в ряд в соответствии с предложенным признаком);
- rounds (участники (сотрудники компании) «круга» произносят каждое своё слово таким образом, чтобы образуемое предложение звучало так плавно, как если бы его произносил один человек);

- strip-story (каждый сотрудник компании получает свою фразу и старается быстрее занять соответствующее место в «рассказе»);
- smile (сотрудники компании подходят друг к другу и с обязательной улыбкой обмениваются репликами);
- merry-go-round (сотрудники компании образуют внешний и внутренний круг и, двигаясь по кругу, обмениваются репликами);
- contacts (сотрудники компании подходят друг к другу и начинают беседу);
- kindwords (участники говорят любые приятные слова в адрес собеседника);
- reflection (участники (сотрудники компании)пытаются представить, что о них думают другие участники (сотрудники компании));
- listening (кивая в знак согласия и выражая согласие с ним);
- politeness (участники (сотрудники компании)обращаются друг к другу с вежливыми просьбами);
- concessions (участники (сотрудники компании) учатся уступать друг другу в споре);
- respect (участники (сотрудники компании)говорят о своём уважении друг друга и подкрепляют свои слова примерами);
- gratitude (работая в парах, участники (сотрудники компании) выражают друг другу благодарность за оказанную ранее услугу, помощь, поддержку);
- rally (участники (сотрудники компании) учатся обращаться к аудитории);
- conflict (участники (сотрудники компании)учатся правильно реагировать на эмоциональную фразу партнёра).

Перечисленные задания формируют у сотрудников компании умения,необходимыедля формирования компетенции корпоративного общения.

Участники (сотрудники компании) ролевых игр получали общее описание сюжета и описание своих ролей. Особенности ролевого поведения былиизвестны только самому исполнителю роли. Остальным участникам (сотрудникам компа-

нии) было важно догадаться, какой линии поведения следует их коллега, и принять соответствующее решение о собственной реакции.

При проигрывании в обстановке «жизненных» ситуаций компании заданных преподавателем ролей сотрудники компании определяли у себя те черты характера, которые соответствуют корпоративной культуре данной компании. Затем с помощью руководителя, коллег, а также самостоятельно участники анализировали результаты ролевой игры.

Формирование компетенции корпоративного общения возможно только в условиях непосредственной профессиональной деятельности обучаемых или при ее условной организации – игровой (имитационной) деятельности. Максимально приблизить имитационную игровую деятельность к реальной ситуации профессионального взаимодействия позволяет использование деловой игры при формировании компетенции корпоративного общения.

Преимущество деловых игр перед ролевыми, заключается по нашему мнению, в следующем: ролевые игры, используемые нами в процессе формирования компетенции корпоративного общения, были направлены в первую очередь на проигрывание определенной ситуации корпоративного общения и осознание понятий «корпоративная культура» и «корпоративное общение». Деловые игры, в свою очередь, были направлены на взаимодействие группы и отличались сложностью и взаимозависимостью решаемых задач и предполагали имитацию реальной ситуации, которой свойственна динамичность и изменчивость. В процессе деловой игры происходило проигрывание расширенной ситуации корпоративного общения, что позволяло выявить ряд поведенческих черт сотрудников.

Главная особенность заключалась в том, что формирование компетенции корпоративного общения было организовано в реальной среде деятельности компании, что обеспечивало эффект «погружения» сотрудников компании в процесс формирования компетенции корпоративного общения.

Сценарий деловой игры «Корпоративные переговоры по телефону» представлен в приложении.

Содержание экспериментальной работы на заключительном этапе повторяло содержание работы на констатирующем и формирующим этапах: продолжалась работа по формированию компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий в соответствии с комплексом заданий, завершившееся серией контрольных замеров. Целью этого этапа было определение уровня сформированности компетенции корпоративного общения.

Перейдем к анализу результатов опытно-экспериментальной работы.

Для определения результативности процесса формирования компетенции корпоративного общения с использованием модели, представленной в данной работе мы использовали уровневый подход. Согласно теории уровневого подхода, совершенствование системного целого представляет собой последовательность ступеней развития, связанных друг с другом таким образом, что одна является отрицанием другой. Каждая такая ступень, будучи косвенно отлична от всех других, представляет отдельное целое, так что возможна ее характеристика как некоторого специфического целого [175].

Мы выделили три уровня формирования компетенции корпоративного общения: репродуктивный, продуктивный и креативный.

Разработанный в исследовании диагностический инструментарий процесса формирования компетенции корпоративного общения можно представить в виде таблиц (см. табл. 3, 4, 5, 6), где по горизонтали представлены уровни сформированности компетенции корпоративного общения, а по вертикали – критерии и показатели сформированности компетенции корпоративного общения, которые соответствуют структурным компонентам компетенции корпоративного общения.

Таблица 3

Мотивационно-ценностный критерий уровня сформированности компетенции корпоративного общения

Уровень Критерий и показатель	<p align="center">Мотивационно-ценностный критерий</p> <p align="center">(степень сформированности корпоративной мотивации; ценностные установки специалиста, предполагающие отношение к профессиональной деятельности и корпоративной культуре)</p>
Репродуктивный	Система ценностей и мотивация специалиста к корпоративному общению и системе ценностей компании низкая или отсутствует вообще, нет потребности в проектировании своей профессиональной карьеры в рамках корпоративной культуры; сотрудник не ориентируется на ценностное принятие профессиональной деятельности в рамках компании, а также на свое развитие как полноценного ее члена
Продуктивный	Сотрудник компании проявляет интерес к системе ценностей компании и корпоративному общению; есть потребность в проектировании своей профессиональной карьеры в рамках корпоративной культуры (но не всегда); частично ориентируется на ценностное принятие профессиональной деятельности в рамках компании, а также на свое развитие как полноценного ее члена.
Креативный	Система ценностей и мотивация специалиста к корпоративному общению высокая, он проявляет потребность в проектировании своей профессиональной карьеры в рамках корпоративной культуры; ориентируется на ценностное принятие профессиональной деятельности в рамках компании, а также на свое развитие как полноценного ее члена.

Таблица 4

**Когнитивный критерий уровня сформированности
компетенции корпоративного общения**

Уровень Критерий и показатель	<p align="center">Когнитивный критерий</p> <p align="center">(знание корпоративной культуры; знание основ корпоративного общения, знания информационно-коммуникационных технологий)</p>
Репродуктивный	Наличие у сотрудника компании поверхностных знаний о корпоративной культуре; он не владеет особенностями речевых формул в ситуациях деловой коммуникации; не пользуется стратегиями и тактиками диалогового и группового корпоративного общения; для него характерна шаблонная передача информации
Продуктивный	Наличие у сотрудника компании неглубоких, бессистемных знаний о корпоративной культуре; отрывочное употребление речевых формул в ситуациях и деловой коммуникации, слабое знание стратегии и тактики диалогового и группового корпоративного общения, а

	также этических и этикетных норм
Креативный	Наличие у сотрудника компании системных знаний о корпоративной культуре, знание особенностей речевых формул в ситуациях деловой коммуникации, что придает его речи гибкость и вариативность; умение вести диалоговое и групповое корпоративное общение с учетом его стратегии и тактики его ведения, а также этических и этикетных норм различных стран

Таблица 5

**Операциональный критерий уровня сформированности
компетенции корпоративного общения**

Уровень Критерий и показатель	Операциональный критерий (умения работы со средствами информационно-коммуникационных технологий; умения корпоративного общения с представителями другой культуры, умения моделирования ситуации реальной корпоративной коммуникации)
Репродуктивный	Несформированные умения моделирования ситуации реальной корпоративной коммуникации с представителями другой культуры, использование операций и действий, связанных с работой в сети Интернет, включая аналоги программы Skype для виртуального общения
Продуктивный	Сформированные умения моделирования ситуации реальной корпоративной коммуникации с представителями другой культуры, использование операций и действий, связанных с работой в сети Интернет, включая аналоги программы Skype для виртуального общения
Креативный	Осознанные умения моделирования ситуации реальной корпоративной коммуникации с представителями другой культуры, использование операций и действий, связанных с работой в сети Интернет, включая аналоги программы Skype для виртуального общения

Таблица 6

**Репродуктивный критерий уровня сформированности
компетенции корпоративного общения**

Уровень Критерий и показатель	Рефлексивный критерий (способность осуществлять анализ собственного корпоративного общения, уровня своей корпоративной компетентности на иностранном языке; трансформация и интерференция своего опыта корпоративной коммуникации)
--	--

Уровень Критерий и показатель	<p align="center">Рефлексивный критерий (способность осуществлять анализ собственного корпоративного общения, уровня своей корпоративной компетентности на иностранном языке; трансформация и интерференция своего опыта корпоративной коммуникации)</p>
Репродуктивный	Не способен анализировать собственную поликультурную деятельность в сфере полилингвального общения, а также уровень своей корпоративной компетентности на иностранном языке; осознавать себя в качестве поликультурного субъекта, с трудом трансформирует и интерферирует свой опыт корпоративной коммуникации
Продуктивный	Недостаточно способен анализировать собственную поликультурную деятельность в сфере полилингвального общения, а также уровень своей корпоративной компетентности на иностранном языке; осознавать себя в качестве поликультурного субъекта, с трудом трансформирует и интерферирует свой опыт корпоративной коммуникации
Креативный	Осознанно анализирует собственную поликультурную деятельности в сфере полилингвального общения, а также уровень своей корпоративной компетентности на иностранном языке; способен осознавать себя в качестве субъекта поликультурного общения, трансформировать и интерферировать личный опыт корпоративной коммуникации

Необходимо отметить что, экспериментальная часть исследования, помимо анкетирования и тестирования по названным методикам, предполагала проведение двух контролей усвоения знаний во всех группах – входной и итоговой. Входной контроль проводился во время констатирующего эксперимента, до начала внедрения разработанной нами модели формирования компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий с целью выявления исходного уровня компетенции корпоративного общения специалиста. Итоговый контроль был проведен в конце формирующего эксперимента, который проходил во всех группах в одинаковой форме, чтобы поставить группы в одинаковые условия. На начальном этапе опытно-экспериментальной работы были сформулированы статистические гипотезы [136, с. 4]:

– гипотеза об отсутствии различий (так называемая нулевая гипотеза) – уровни сформированности компетенции корпоративного общения в контрольных группах и в экспериментальных группах не отличаются друг от друга;

– гипотеза о значимости различий (так называемая альтернативная гипотеза) – уровни сформированности компетенции корпоративного общения в контрольных группах и в экспериментальных группах отличаются друг от друга.

Результаты, полученные в ходе проведения двух контролей, показали наличие динамики повышения уровня сформированности компетенции корпоративного общения в экспериментальных группах (по каждому из 4-х критериев). Для подтверждения достоверности результатов они были обработаны с помощью метода математической статистики – критерия χ^2 Пирсона. Расчет критерия был адаптирован в соответствии с задачами опытно-экспериментальной работы. При расчетах критерия χ^2 за основу был взят алгоритм, предложенный Д.А. Новиковым [136, с.14]:

1. Вычислить для сравниваемых выборок эмпирическое значение критерия χ^2 Пирсона – по формуле $\chi^2 = \sum (\text{Э} - \text{Т})^2 / \text{Т}$, где Э – показатель эмпирического распределения уровней сформированности компетенции корпоративного общения специалиста, Т – показатель теоретического распределения уровней сформированности компетенции корпоративного общения специалиста. Для расчета эмпирического и теоретического распределения использовались пары сравниваемых групп Э1– К1 и Э2– К2;

2. Сравнить это значение с критическим значением χ^2 . Критические значения приводятся, как правило, для нескольких уровней значимости (α). В педагогических исследованиях обычно ограничиваются значением 0,05 – допускается не более чем 5% возможность ошибки [136]. Критические значения критерия χ^2 для уровня значимости $\alpha = 0.05$ представлены в таблице 7.

Таблица 7

**Критические значения критерия χ^2
для уровня значимости $\alpha = 0.05$**

L – 1	1	2	3	4	5	6	7	8
Критическое значение критерия χ^2	3,84	5,99	7,82	9,49	11,07	12,59	14,07	15.52

В нашем случае $L=3$ (выделены три уровня знаний – "репродуктивный", "продуктивный" и "креативный"). Следовательно, $L - 1 = 2$. Из таблицы 7 получаем для $L - 1 = 2$. Критическое значение $\chi^2 = 5,99$.

3. Если эмпирическое значение $\chi^2 \leq$ критическому значению χ^2 , то сделать вывод: «характеристики сравниваемых выборок совпадают с уровнем значимости 0,05»; если эмпирическое значение $\chi^2 >$ критического значения χ^2 , то сделать вывод «достоверность различий характеристик сравниваемых выборок составляет 95%».

4. Сделать вывод об эффективности проведенной опытно-экспериментальной работы.

Таблица 8

Мотивационно-ценностный критерий. Входной контроль

Группа / Кол-во сотрудников	Уровень сформированности компетенции корпоративного общения					
	Репродуктивный		Продуктивный		Креативный	
	Кол-во сотр.	%	Кол-во сотр.	%	Кол-во сотр.	%
ЭГ1(18)	10	55,6	6	33,3	2	11,1
КГ1(17)	8	47	7	41,2	2	11,8
ЭГ2(23)	12	52,2	8	34,8	3	13
КГ2(22)	12	54,5	8	36,4	2	9,1

Уровень сформированности компетенции корпоративного общения . Мотивационно-ценностный критерий. Входной контроль.

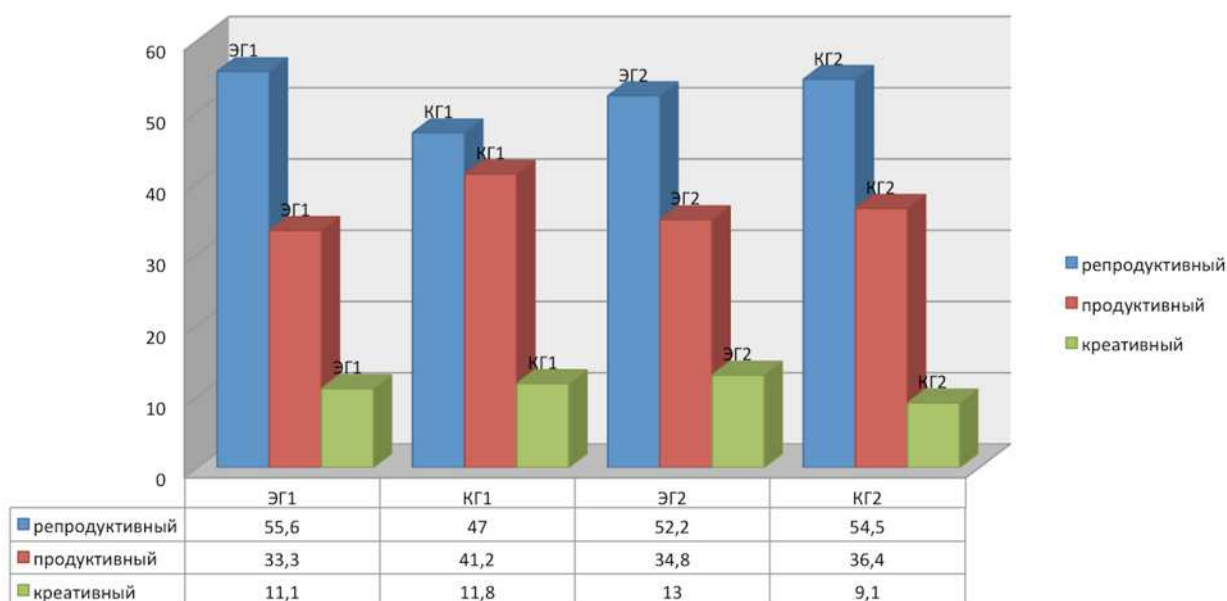


Рис. 9 – Уровень сформированности компетенции корпоративного общения. Мотивационно-ценностный критерий. Входной контроль

Таблица 9

Значение критерия χ^2 . Эмпирическое и теоретическое распределение уровней сформированности компетенции корпоративного общения. Мотивационно-ценностный критерий. Входной контроль

Группа	Уровень сформированности компетенции корпоративного общения	Эмпирическое распределение	Теоретическое распределение	Значение χ^2
ЭГ1	репродуктивный	10	9,26	0,060
	продуктивный	6	6,69	0,070
	креативный	2	2,06	0,002
КГ1	репродуктивный	8	8,74	0,063
	продуктивный	7	6,31	0,074
	креативный	2	1,94	0,002
Итого:				0,271
ЭГ2	репродуктивный	12	12,27	0,006
	продуктивный	8	8,18	0,004
	креативный	3	2,56	0,077
КГ2	репродуктивный	12	11,73	0,006

	продуктивный	8	7,82	0,004
	креативный	2	2,44	0,081
Итого:				0,178

Полученное значение критерия χ^2 в соответствии с мотивационно-ценностным критерием по результатам входного контроля меньше критического (для групп ЭГ1-КГ1 $0,271 < 5,99$; для групп ЭГ2-КГ2 **0,178** $< 5,99$), что подтверждает гипотезу об отсутствии различий (так называемую нулевую гипотезу) – уровни сформированности компетенции корпоративного общения в контрольной и экспериментальной группах на этапе входного контроля не отличаются друг от друга.

Таблица 10

Результаты измерений уровня сформированности компетенции корпоративного общения. Мотивационно-ценностный критерий. Итоговый контроль

Группа / Кол-во сотрудников	Уровень сформированности компетенции корпоративного общения					
	Репродуктивный		Продуктивный		Креативный	
	Кол-во сотр.	%	Кол-во сотр.	%	Кол-во сотр.	%
ЭГ1(18)	1	5,6	11	61,1	6	33,3
КГ1(17)	7	41,2	8	47,1	2	11,8
ЭГ2(23)	4	17,4	13	56,5	6	26,1
КГ2(22)	12	54,5	7	31,8	3	13,6

Уровень сформированности компетенции корпоративного общения . Мотивационно-ценностный критерий. Итоговый контроль.

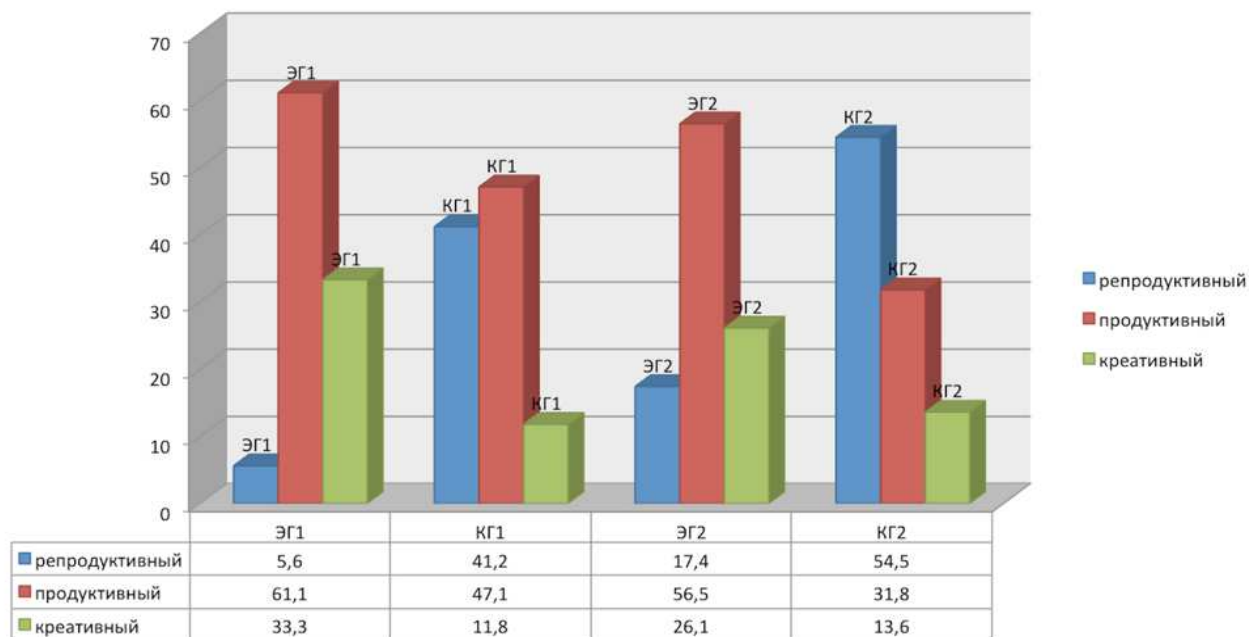


Рис. 10 – Уровень сформированности компетенции корпоративного общения.

Мотивационно-ценностный критерий. Входной контроль

Таблица 11

Значение критерия χ^2 . Эмпирическое и теоретическое распределение уровней сформированности компетенции корпоративного общения. Мотивационно-ценностный критерий. Итоговый контроль.

Группа	Уровень сформированности компетенции корпоративного общения	Эмпирическое распределение	Теоретическое распределение	Значение χ^2
ЭГ1	репродуктивный	1	4,11	2,357
	продуктивный	11	9,77	0,154
	креативный	6	4,11	0,864
КГ1	репродуктивный	7	3,89	2,496
	продуктивный	8	9,23	0,164
	креативный	2	3,89	0,915
Итого:				6,951
ЭГ2	репродуктивный	4	8,18	2,134
	продуктивный	13	10,22	0,755
	креативный	6	4,60	0,426
КГ2	репродуктивный	12	7,82	2,231
	продуктивный	7	9,78	0,789
	креативный	3	4,40	0,445

Итого:		6,781
--------	--	--------------

Полученное значение критерия χ^2 в соответствии с мотивационно-ценностным критерием на этапе итогового контроля больше критического (для групп ЭГ1-КГ1 **6,781** > 5,99; для групп ЭГ2-КГ2 **6,951** > 5,99), что подтверждает гипотезу о значимости различий (так называемая альтернативная гипотеза) – уровни сформированности компетенции корпоративного общения в контрольной группе и в экспериментальной группе **отличаются** друг от друга.

Итак, начальные (до начала эксперимента) состояния экспериментальных и контрольных групп ЭГ1–КГ1 и ЭГ2–КГ2 совпадают, а конечные (после окончания эксперимента) – различаются. Следовательно, можно сделать вывод, что эффект изменений (повышение уровня сформированности компетенции корпоративного общения специалиста) обусловлен именно применением модели формирования компетенции корпоративного общения.

Аналогичным образом были проанализированы результаты уровня сформированности компетенции корпоративного общения рассчитаны значения критерия χ^2 в соответствии с когнитивным, операциональным и рефлексивным критериями. Результаты представлены ниже в таблицах.

Таблица 12

Определение уровня сформированности компетенции корпоративного общения. Когнитивный критерий. Входной контроль

Группа / Кол-во сотрудников	Уровень сформированности компетенции корпоративного общения					
	Репродуктивный		Продуктивный		Креативный	
	Кол-во сотр.	%	Кол-во сотр.	%	Кол-во сотр.	%
ЭГ1(18)	9	50,0	7	38,9	2	11,1
КГ1(17)	6	35,3	8	47,1	3	17,6
ЭГ2(23)	12	52,2	9	39,1	2	8,7
КГ2(22)	10	45,5	10	45,5	2	9,1

Уровень сформированности компетенции корпоративного общения . Когнитивный компонент. Входной контроль.

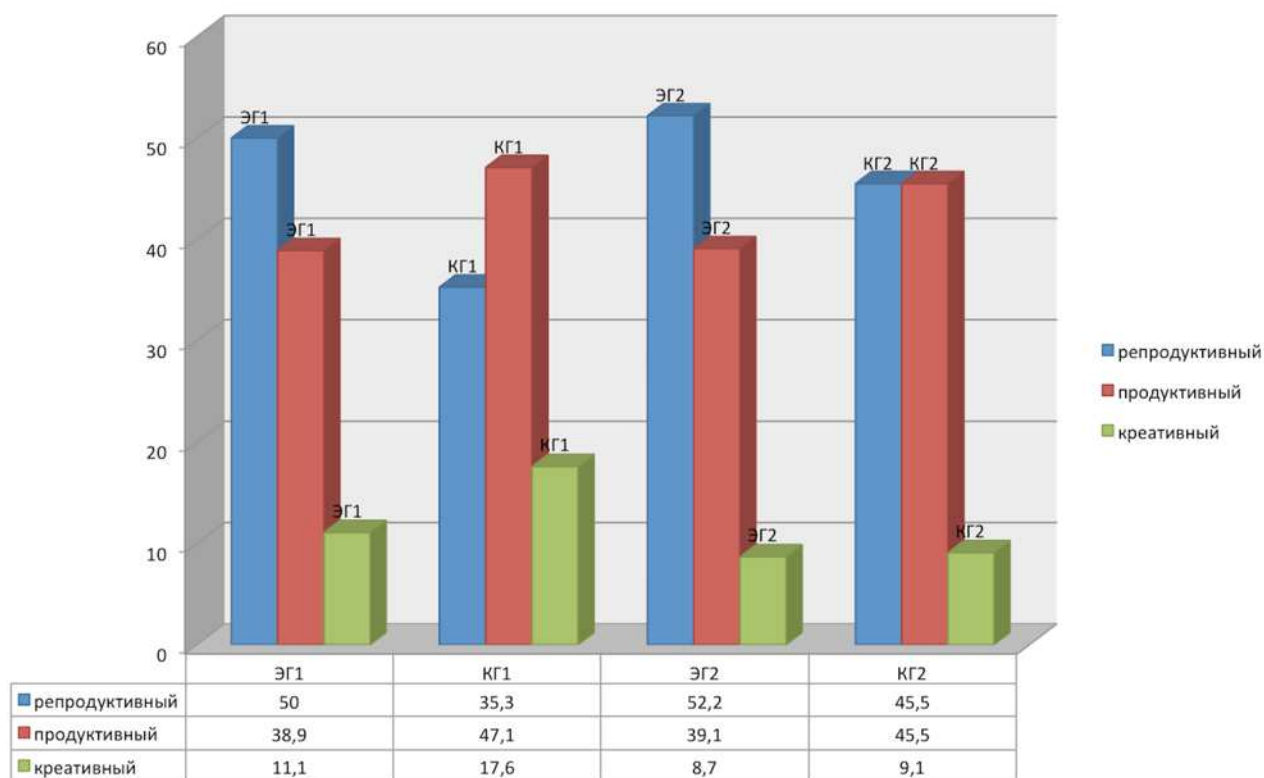


Рис. 11 – Уровень сформированности компетенции корпоративного общения.

Когнитивный критерий. Входной контроль

Таблица 13

Значение критерия χ^2 . Эмпирическое и теоретическое распределение уровней сформированности компетенции корпоративного общения. Когнитивный компонент. Входной контроль.

Группа	Уровень сформированности компетенции корпоративного общения	Эмпирическое распределение	Теоретическое распределение	Значение χ^2
ЭГ2	репродуктивный	9	7,71	0,214
	продуктивный	7	7,71	0,066
	креативный	2	2,57	0,127
КГ2	репродуктивный	6	7,29	0,227
	продуктивный	8	7,29	0,070
	креативный	3	2,43	0,134
Итого:				0,839
ЭГ2	репродуктивный	12	11,24	0,051

	продуктивный	9	9,71	0,052
	креативный	2	2,04	0,001
КГ2	репродуктивный	10	10,76	0,053
	продуктивный	10	9,29	0,054
	креативный	2	1,96	0,001
Итого:				0,212

Полученное значение критерия χ^2 в соответствии с когнитивным критерием для групп ЭГ1–КГ1 и ЭГ2–КГ2 по результатам входного контроля меньше критического (**0,839** < 5,99 и **0,212** < 5,99), что подтверждает гипотезу об отсутствии различий (так называемую нулевую гипотезу) – уровни сформированности компетенции корпоративного общения в контрольных и экспериментальных группах на этапе входного контроля не отличаются друг от друга.

Таблица 14

Определение уровня сформированности компетенции корпоративного общения. Когнитивный критерий. Итоговый контроль

Группа / Кол-во сотрудников	Уровень сформированности компетенции корпоративного общения					
	Репродуктивный		Продуктивный		Креативный	
	Кол-во сотр.	%	Кол-во сотр.	%	Кол-во сотр.	%
ЭГ1(18)	0	0,0	10	55,6	8	44,4
КГ1(17)	5	29,4	9	52,9	3	17,6
ЭГ2(23)	2	8,7	15	65,2	6	26,1
КГ2(22)	9	40,9	11	50,0	2	9,1

Уровень сформированности компетенции корпоративного общения . Когнитивный критерий. Итоговый контроль.

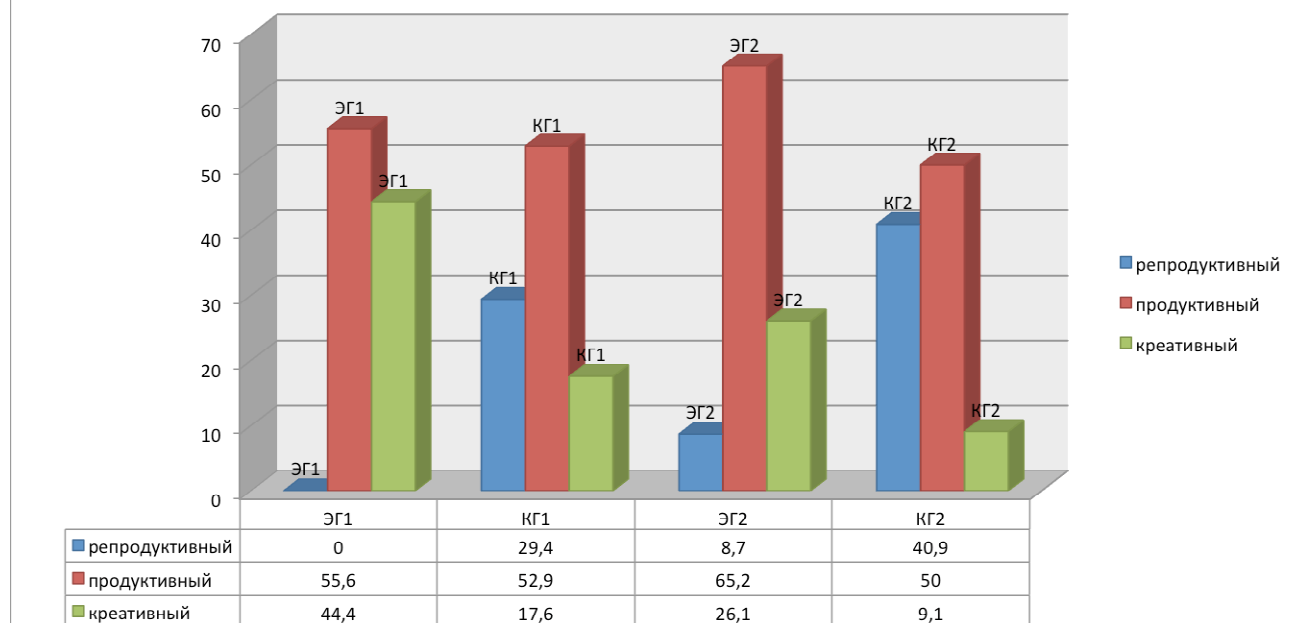


Рис. 12 – Уровень сформированности компетенции корпоративного общения.

Когнитивный критерий. Итоговый контроль

Таблица 15

Значение критерия χ^2 . Эмпирическое и теоретическое распределение уровней сформированности компетенции корпоративного общения. Когнитивный компонент. Итоговый контроль.

Группа	Уровень сформированности компетенции корпоративного общения	Эмпирическое распределение	Теоретическое распределение	Значение χ^2
ЭГ1	репродуктивный	0	2,57	2,571
	продуктивный	10	9,77	0,005
	креативный	8	5,66	0,970
КГ1	репродуктивный	5	2,43	2,723
	продуктивный	9	9,23	0,006
	креативный	3	5,34	1,027
Итого:				7,303
ЭГ1	репродуктивный	2	5,62	2,334
	продуктивный	15	13,29	0,220
	креативный	6	4,09	0,893
КГ1	репродуктивный	9	5,38	2,440
	продуктивный	11	12,71	0,230
	креативный	2	3,91	0,934
Итого:				7,051

Полученное значение критерия χ^2 в соответствии с когнитивным критерием для групп ЭГ1–КГ1 и ЭГ2–КГ2 больше критического ($6,781 > 5,99$ и $7,051 > 5,99$), что подтверждает гипотезу о значимости различий (так называемая альтернативная гипотеза) – уровни сформированности компетенции корпоративного общения в контрольной группе и в экспериментальной группе **отличаются** друг от друга.

Как видно из представленных данных, начальные (до начала эксперимента) состояния экспериментальных и контрольных групп ЭГ1–КГ1 и ЭГ2–КГ2 совпадают, а конечные (после окончания эксперимента) – различаются. Следовательно, можно сделать вывод, что эффект изменений (повышение уровня сформированности компетенции корпоративного общения специалиста в соответствии с показателями когнитивного компонента) обусловлен применением модели формирования компетенции корпоративного общения.

Таблица 16

Определение уровня сформированности компетенции корпоративного общения. Операциональный критерий. Входной контроль

Группа / Кол-во сотрудников	Уровень сформированности компетенции корпоративного общения					
	Репродуктивный		Продуктивный		Креативный	
	Кол-во сотр.	%	Кол-во сотр.	%	Кол-во сотр.	%
ЭГ1(18)	12	66,7	5	27,8	1	5,6
КГ1(17)	9	52,9	6	35,3	2	11,8
ЭГ2(23)	12	52,2	8	34,8	3	13,0
КГ2(22)	13	59,1	7	31,8	2	9,1



Рис. 13. Уровень сформированности компетенции корпоративного общения.

Операциональный критерий. Входной контроль

Таблица 17

Значение критерия χ^2 . Эмпирическое и теоретическое распределение уровней сформированности компетенции корпоративного общения. Операциональный критерий. Входной контроль

Группа	Уровень сформированности компетенции корпоративного общения	Эмпирическое распределение	Теоретическое распределение	Значение χ^2
ЭГ1	репродуктивный	12	10,80	0,133
	продуктивный	5	5,66	0,076
	креативный	1	1,54	0,191
КГ1	репродуктивный	9	10,20	0,141
	продуктивный	6	5,34	0,081
	креативный	2	1,46	0,202
Итого:				0,825
ЭГ1	репродуктивный	12	12,78	0,047
	продуктивный	8	7,67	0,014
	креативный	3	2,56	0,077
КГ1	репродуктивный	13	12,22	0,049
	продуктивный	7	7,33	0,015
	креативный	2	2,44	0,081
Итого:				0,285

Полученное значение критерия χ^2 в соответствии с операциональным критерием для групп ЭГ1–КГ1 и ЭГ2–КГ2 меньше критического ($0,825 < 5,99$ и $0,285 < 5,99$), что подтверждает гипотезу об отсутствии различий (так называемую нулевую гипотезу) – уровни сформированности компетенции корпоративного общения в контрольных и экспериментальных группах на этапе входного контроля не отличаются друг от друга.

Таблица 18

Определение уровня сформированности компетенции корпоративного общения. Операциональный критерий. Итоговый контроль

Группа / Кол-во сотрудников	Уровень сформированности компетенции корпоративного общения					
	Репродуктивный		Продуктивный		Креативный	
	Кол-во сотр.	%	Кол-во сотр.	%	Кол-во сотр.	%
ЭГ1(18)	1	5,6	12	66,7	5	27,8
КГ1(17)	8	47,1	6	35,3	3	17,6
ЭГ2(23)	4	17,4	13	56,5	6	26,1
КГ2(22)	12	54,5	8	36,4	2	9,1

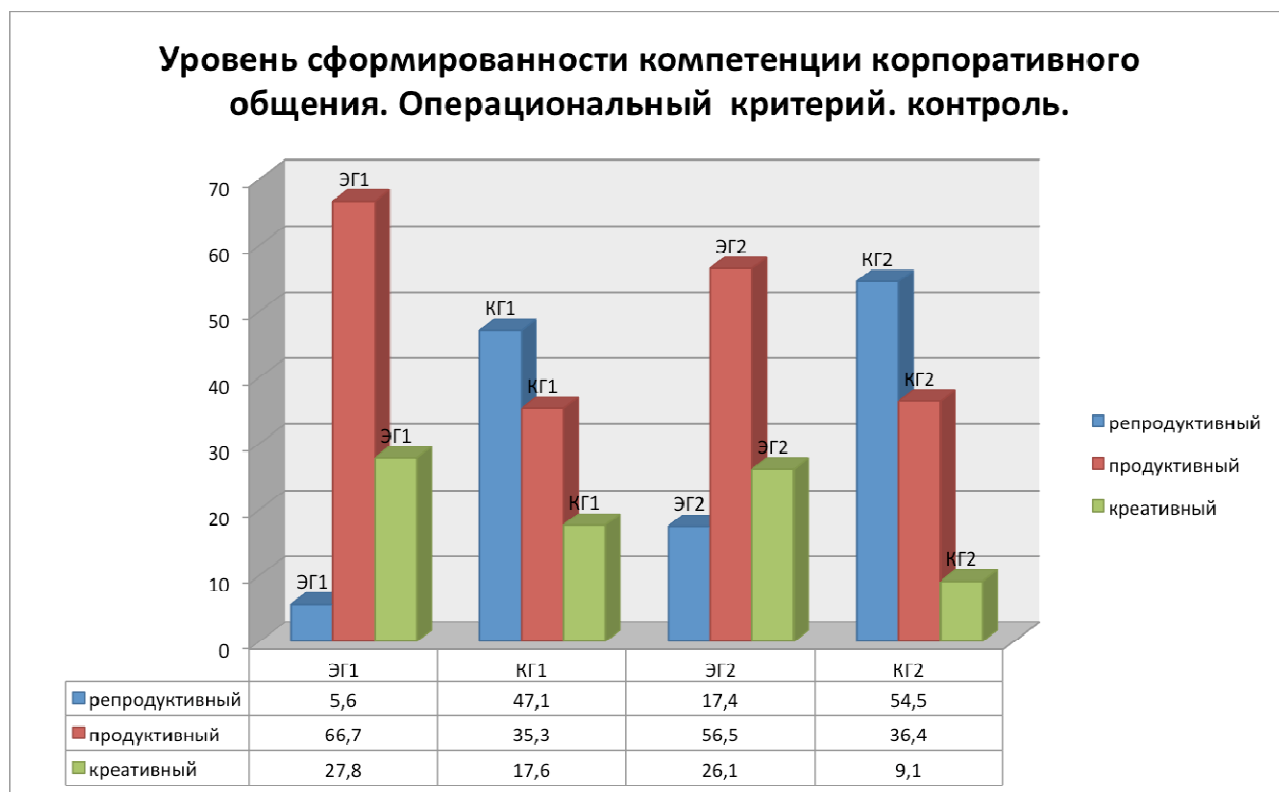


Рис. 14 – Уровень сформированности компетенции корпоративного общения .
Операциональный критерий. Итоговый контроль.

Значение критерия χ^2 . Эмпирическое и теоретическое распределение уровней сформированности компетенции корпоративного общения. Операциональный критерий. Итоговый контроль.

Группа	Уровень сформированности компетенции корпоративного общения	Эмпирическое распределение	Теоретическое распределение	Значение χ^2
ЭГ1	репродуктивный	1	4,63	2,845
	продуктивный	12	9,26	0,813
	креативный	5	4,11	0,191
КГ1	репродуктивный	8	4,37	3,012
	продуктивный	6	8,74	0,861
	креативный	3	3,89	0,202
Итого:				7,922
ЭГ1	репродуктивный	4	8,18	2,134
	продуктивный	13	10,73	0,479
	креативный	6	4,09	0,893
КГ1	репродуктивный	12	7,82	2,231
	продуктивный	8	10,27	0,500
	креативный	2	3,91	0,934
Итого:				7,172

Полученное значение критерия χ^2 в соответствии с операциональным критерием для групп ЭГ1–КГ1 и ЭГ2–КГ2 больше критического ($7,922 > 5,99$ и $7,172 > 5,99$), что подтверждает гипотезу о значимости различий (так называемая альтернативная гипотеза) – уровни сформированности компетенции корпоративного общения в контрольной группе и в экспериментальной группе **отличаются** друг от друга.

Как видно из представленных данных, начальные (до начала эксперимента) состояния экспериментальных и контрольных групп ЭГ1–КГ1 и ЭГ2–КГ2 совпадают, а конечные (после окончания эксперимента) – различаются. Следовательно, можно сделать вывод, что эффект изменений (повышение уровня сформированности компетенции корпоративного общения специалиста в соответствии с показателями операционального компонента) обусловлен применением модели формирования компетенции корпоративного общения.

Определение уровня сформированности компетенции корпоративного общения. Рефлексивный критерий. Входной контроль

Группа / Кол-во сотрудников	Уровень сформированности компетенции корпоративного общения					
	Репродуктивный		Продуктивный		Креативный	
	Кол-во сотр.	%	Кол-во сотр.	%	Кол-во сотр.	%
ЭГ1(18)	10	55,6	6	33,3	2	11,1
КГ1(17)	10	58,8	5	29,4	2	11,8
ЭГ2(23)	11	47,8	8	34,8	2	8,7
КГ2(22)	12	54,5	7	31,8	3	13,6

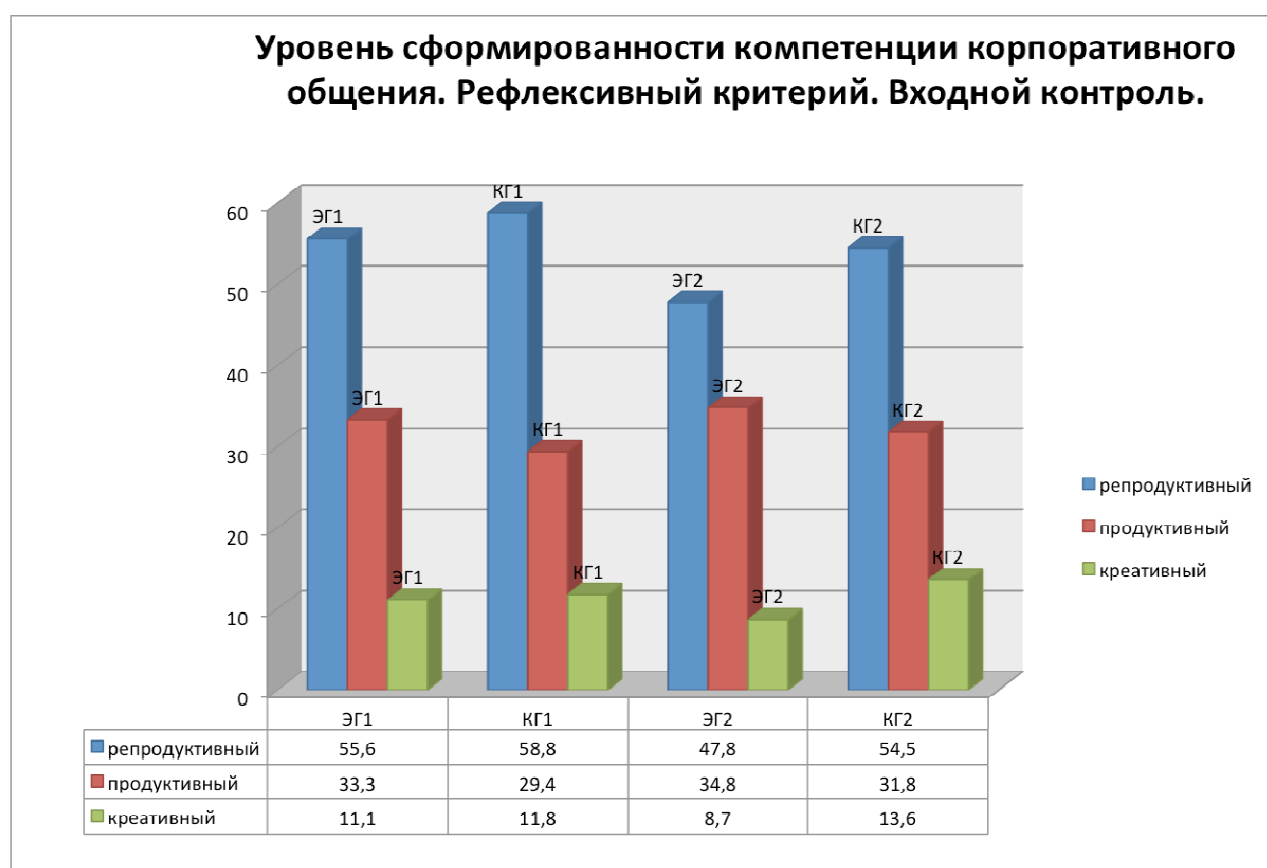


Рис. 15 – Уровень сформированности компетенции корпоративного общения.

Рефлексивный критерий. Входной контроль

Значение критерия χ^2 . Эмпирическое и теоретическое распределение уровней сформированности компетенции корпоративного общения. Рефлексивный критерий. Входной контроль.

Группа	Уровень сформированности компетенции корпоративного общения	Эмпирическое распределение	Теоретическое распределение	Значение χ^2
ЭГ1	репродуктивный	10	10,29	0,008
	продуктивный	6	5,66	0,021
	креативный	2	2,06	0,002
КГ1	репродуктивный	10	9,71	0,008
	продуктивный	5	5,34	0,022
	креативный	2	1,94	0,002
Итого:				0,062
ЭГ1	репродуктивный	11	11,76	0,049
	продуктивный	8	7,67	0,014
	креативный	2	2,56	0,121
КГ1	репродуктивный	12	11,24	0,051
	продуктивный	7	7,33	0,015
	креативный	3	2,44	0,126
Итого:				0,376

Полученное значение критерия χ^2 в соответствии с операциональным критерием для групп ЭГ1–КГ1 и ЭГ2–КГ2 меньше критического ($0,062 < 5,99$ и $0,376 < 5,99$) – уровни сформированности компетенции корпоративного общения в контрольных и экспериментальных группах на этапе входного контроля не отличаются друг от друга.

Определение уровня сформированности компетенции корпоративного общения. Рефлексивный критерий. Итоговый контроль

Группа / Кол-во сотрудников	Уровень сформированности компетенции корпоративного общения					
	Репродуктивный		Продуктивный		Креативный	
	Кол-во сотр.	%	Кол-во сотр.	%	Кол-во сотр.	%
ЭГ1(18)	2	11,1	10	55,6	6	33,3
КГ1(17)	9	52,9	8	47,1	2	11,8
ЭГ2(23)	4	17,4	14	60,9	5	21,7
КГ2(22)	12	54,5	7	31,8	3	13,6

Уровень сформированности компетенции корпоративного общения. Рефлексивный критерий. Итоговый контроль.

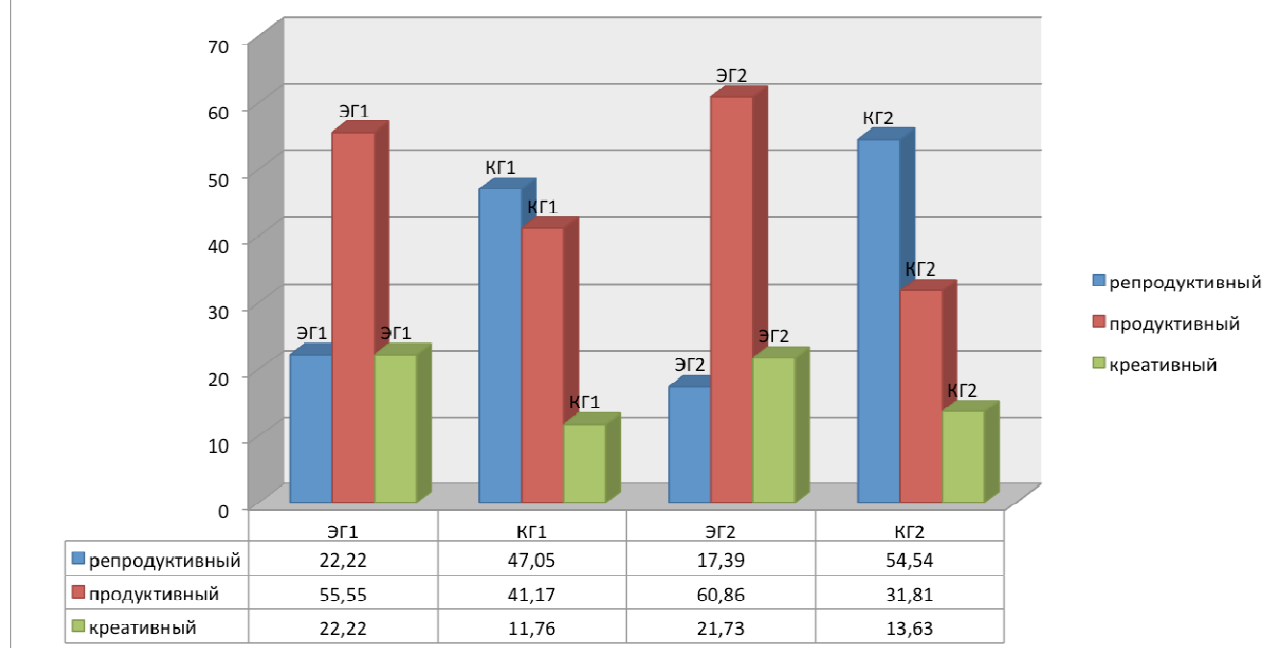


Рис. 16 – Уровень сформированности компетенции корпоративного общения.

Рефлексивный критерий. Итоговый контроль

Таблица 23

Значение критерия χ^2 . Эмпирическое и теоретическое распределение уровней сформированности компетенции корпоративного общения. Рефлексивный критерий. Итоговый контроль.

Группа	Уровень сформированности компетенции корпоративного общения	Эмпирическое распределение	Теоретическое распределение	Значение χ^2
ЭГ1	репродуктивный	2	5,66	2,364
	продуктивный	10	9,26	0,060
	креативный	6	4,11	0,864
КГ1	репродуктивный	9	5,34	2,503
	продуктивный	8	8,74	0,063
	креативный	2	3,89	0,915
Итого:				6,770
ЭГ1	репродуктивный	4	8,18	2,134
	продуктивный	14	10,73	0,994
	креативный	5	4,09	0,203
КГ1	репродуктивный	12	7,82	2,231
	продуктивный	7	10,27	1,039
	креативный	3	3,91	0,212
Итого:				6,814

Полученное значение критерия χ^2 в соответствии с операциональным критерием для групп ЭГ1– КГ1 и ЭГ2– КГ2 больше критического ($6,770 > 5,99$ и $6,814 > 5,99$), что подтверждает гипотезу о значимости различий (так называемая альтернативная гипотеза) – уровни сформированности компетенции корпоративного общения в контрольной группе и в экспериментальной группе **отличаются** друг от друга.

Как видно из представленных данных, начальные (до начала эксперимента) состояния экспериментальных и контрольных групп ЭГ1–КГ1 и ЭГ2–КГ2 совпадают, а конечные (после окончания эксперимента) – различаются. Следовательно, можно сделать вывод, что эффект изменений (повышение уровня сформированности компетенции корпоративного общения специалиста в соответствии с показателями рефлексивного компонента) обусловлен применением модели формирования компетенции корпоративного общения.

Таблица 24

Сравнительная характеристика изменения уровня сформированности компетенции корпоративного общения в экспериментальных и контрольных группах (%)

Экспериментальные группы	Изменение уровней сформированности компетенции корпоративного общения (по группе в целом, в %)			Контрольные группы	Изменение уровней сформированности компетенции корпоративного общения (по группе в целом, в %)		
	репродуктивный	продуктивный	креативный		репродуктивный	продуктивный	креативный
Мотивационно-ценностный критерий							
ЭГ1	– 50,0	27,8	22,2	КГ1	– 5,9	5,9	0,0
ЭГ2	– 34,8	21,7	13,0	КГ2	0,0	– 4,5	4,5
Когнитивный критерий							
ЭГ1	– 50,0	16,7	33,3	КГ1	– 5,9	5,9	0,0
ЭГ2	– 43,5	26,1	17,4	КГ2	– 4,5	4,5	0,0
Операциональный критерий							
ЭГ1	– 61,1	38,9	22,2	КГ1	– 5,9	0,0	5,9
ЭГ2	– 34,8	21,7	13,0	КГ2	– 4,5	4,5	0,0
Рефлексивный критерий							

ЭГ1	- 44,4	22,2	22,2	КГ1	- 5,9	17,6	0,0
ЭГ2	- 30,4	26,1	13,0	КГ2	0,0	0,0	0,0

На заключительном этапе проводилась беседа руководителя компании с сотрудниками. Было отмечено значительное повышение уровня сформированности компетенции корпоративного общения.

Таким образом, результаты, полученные нами в опытно-экспериментальной работе, их разносторонний анализ позволили нам решить поставленные задачи и подтвердить эффективность разработанной нами модели формирования компетенции корпоративного общения и педагогических условий ее реализации.

Выводы по второй главе

В модели формирования компетенции корпоративного общения предполагался целый ряд педагогических условий, способствующих более успешному протеканию этого процесса. Результаты опытно-экспериментального исследования подтвердили данное предположение.

Педагогическими условиями, влияющими на эффективность формирования компетенции корпоративного общения, являются:

1) мотивационная готовность сотрудников компании к применению информационно-коммуникационных технологий в процессе формирования компетенции корпоративного общения;

2) вовлечение сотрудников компании в различные виды корпоративного общения, используя средства информационно-коммуникационных технологий;

3) осуществление поэтапного формирования компетенции корпоративного общения;

4) создание преподавателем благоприятной атмосферы корпоративного общения и отношение к сотрудникам компании как субъектам формирования компетенции корпоративного общения;

5) наличие стабильной корпоративной культуры компании;

6) организация процесса формирования компетенции корпоративного общения на основе накопленного опыта работы в компании;

7) непрерывный мониторинг сформированности компетенции корпоративного общения сотрудников компании.

Эффективность формирования компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий обеспечивается следующими их **дидактическими возможностями**:

– организации виртуального корпоративного общения в форме конференций, в том числе в режиме реального времени (незамедлительная обратная связь между пользователями средствами информационно-коммуникационных технологий);

- развития речевых умений, в том числе и на иностранном языке, необходимыми для формирования компетенции корпоративного общения;
- приобретения аутентичного опыта корпоративного общения и свободный обмен мнениями с иностранными партнерами;
- хранения, обработки материалов корпоративного общения, а также обмена данными материалами между партнерами по корпоративному общению;
- перенесения полученных материалов корпоративного общения на собственный носитель, вывода на печать и самостоятельной работы с ними в удобное время.

Результаты опытно-экспериментальной работы подтвердили предположение о том, что модель формирования компетенции корпоративного общения даст необходимые результаты. Этому способствовал соответствующий подбор психолого-педагогического инструментария по формированию компетенции корпоративного общения. Данные статистической обработки результатов экспериментальной части нашего исследования доказывают, что данная модель может обеспечить существенное повышение уровень сформированности компетенции корпоративного общения специалиста средствами информационно-коммуникационных технологий.

Таким образом, настоящее диссертационное исследование, проведенное с соблюдением всех необходимых требований методологии и педагогической науки, в целом подтвердило выдвинутую гипотезу и доказало эффективность разработанной модели формирования компетенции корпоративного общения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В представленной диссертационной работе рассмотрены проблемы формирования компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий. Для этого было уточнено содержание понятия «**компетенция корпоративного общения**», которое определяется нами как совокупность знаний, умений, опыта, мотивов и ценностей, необходимых сотрудникам многонациональной компании для осуществления поликультурного общения в деловой и производственной сфере деятельности компании с использованием разнообразных технических средств коммуникации. Важными характеристиками компетенции корпоративного общения для нашего исследования являются ее поликультурность и виртуальность.

В структуре компетенции корпоративного общения можно выделить четыре компонента: мотивационно-ценностный, когнитивный, операциональный и рефлексивный.

Мотивационно-ценностный компонент включает мотивы, цели, ценностные установки специалиста, ориентацию специалиста на ценностное принятие профессиональной деятельности в рамках компании, а также развитие специалиста как полноценного члена компании.

Когнитивный компонент определяет усвоение знаний корпоративной культуры, стратегии и тактики диалогового и группового корпоративного общения, а также этических и этикетных норм различных стран при ведении корпоративного общения.

Операциональный компонент предполагает формирование умений моделирования ситуации реальной корпоративной коммуникации, а также включает операции и действия, связанные с использованием средств инфокоммуникационных технологий.

Рефлексивный компонент представляет собой анализ и умение сотрудника оценить уровень своей корпоративной компетенции; осознать себя в качестве носителя корпоративной культуры компании.

Основу компетенции корпоративного общения составляет корпоративное общение, с помощью которого происходит передача сведений большому количеству людей внутри компании и отдельным индивидуумам и институтам за ее пределами.

Компетенция корпоративного общения предполагает знание корпоративной культуры, а также готовность специалиста осуществлять корпоративное общение, в том числе и иноязычное, как в устной, так и письменной форме в профессиональной и непрофессиональной сферах деятельности.

Формирование компетенции корпоративного общения происходит в условиях корпоративного обучения, которое характеризуется следующими отличительными чертами:

- в корпоративном обучении участвуют все сотрудники компании независимо от занимаемой должности;
- основополагающей базой для корпоративного обучения является профессиональное образование и опыт работы в компании;
- корпоративное обучение базируется на активных методах обучения с использованием современных информационно-коммуникационных технологий;
- корпоративное обучение носит мобильный характер, поскольку проходит на рабочем месте и, при использовании информационно-коммуникационных технологий, не зависит от местонахождения сотрудника компании;
- корпоративное обучение ориентировано на формирование корпоративных компетенций сотрудника компании, т.е. на повышение эффективности деятельности компании;
- корпоративное обучение оперативно реагирует на изменения, происходящие в обществе, экономике и в самой компании;
- корпоративное обучение базируется на корпоративной культуре компании, т. е. помимо формирования корпоративных компетенций направлено на формирование ценностей, убеждений и мировоззрения сотрудников компании;
- корпоративное обучение повышает конкурентоспособность сотрудника, мотивируя его на формирование потребности овладения новыми компетен-

циями, поскольку приобретая новую компетенцию, он может повысить свою конкурентоспособность.

Дисциплина «Иностранный язык» способствует формированию компетенции корпоративного общения в процессе корпоративного обучения и служит каналом, по которому осуществляется корпоративное общение; способом передачи опыта и развития умений общаться в компании.

В соответствии с целью исследования нами была разработана модель формирования компетенции корпоративного общения. Она включает цель, методологические подходы, принципы формирования компетенции корпоративного общения, структурные компоненты и критерии оценки уровня сформированности компетенции корпоративного общения, методы, формы, средства, этапы формирования и уровни сформированности компетенции корпоративного общения.

Содержание модели обусловлено системным, компетентностным, коммуникативно-деятельностным, личностно-ориентированными коллаборативным подходами к формированию компетенции корпоративного общения и включает цели, принципы, дидактическое обеспечение, этапы формирования корпоративной компетенции специалиста.

При создании модели формирования компетенции корпоративного общения использовались следующие принципы: гуманизма, проблемности, сознательной активности, позитивного корпоративизма, принцип трансцедирования.

Были выявлены педагогические условия, необходимые для эффективной реализации предложенной модели формирования компетенции корпоративного общения:

- 1) мотивационная готовность сотрудников компании к применению информационно-коммуникационных технологий в процессе формирования компетенции корпоративного общения;

- 2) вовлечение сотрудников компании в различные виды корпоративного общения, используя средства информационно-коммуникационных технологий;

- 3) осуществление поэтапного формирования компетенции корпоративного общения;

4) создание преподавателем благоприятной атмосферы корпоративного общения и отношение к сотрудникам компании как к субъектам формирования компетенции корпоративного общения;

5) наличие стабильной корпоративной культуры компании;

6) организация процесса формирования компетенции корпоративного общения на основе накопленного опыта работы в компании;

7) непрерывный мониторинг сформированности компетенции корпоративного общения сотрудников компании.

Эффективность формирования компетенции корпоративного общения обеспечивается следующими дидактическими возможностями информационно-коммуникационных технологий:

– организации виртуального корпоративного общения в форме конференций, в том числе в режиме реального времени (незамедлительная обратная связь между пользователями средствами информационно-коммуникационных технологий);

– развития речевых умений, в том числе и на иностранном языке, необходимыми для формирования компетенции корпоративного общения;

– приобретения аутентичного опыта корпоративного общения и свободный обмен мнениями с иностранными партнерами;

– хранения, обработки материалов корпоративного общения, а также обмена данными материалами между партнерами по корпоративному общению;

– перенесения полученных материалов корпоративного общения на собственный носитель, вывода на печать и самостоятельной работы с ними в удобное время.

Для диагностики уровня сформированности компетенции корпоративного общения специалиста средствами информационно-коммуникационных технологий были разработаны и успешно апробированы критерии (мотивационно-ценностный, когнитивный, операциональный и рефлексивный) сформированно-

сти компетенции корпоративного общения в соответствии с уровнями (репродуктивный, продуктивный и креативный).

Анализ результатов опытно-экспериментальной работы, проведенной в условиях корпоративного обучения, показал, что применение разработанной нами модели может существенно повысить уровень сформированности компетенции корпоративного общения специалиста.

Представленная нами модель формирования компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий может служить основой организации данного процесса как в иностранной, так и в российской компании.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Агеева, Н. В. Разработка модели технических компетенций [Текст] / Н. В. Агеева, Д. Л. Котов // Кадровое Дело. – 2004. – № 11.
2. Азимов, Э. Г. Словарь методических терминов (Теория и практика преподавания языков) [Текст] / Э. Г. Азимов, А. Н. Щукин. – Санкт-Петербург : Златоуст, 1999. – 472 с.
3. Алехина, О. Индивидуальная компетенция – это одно, достигнутая корпоративная компетенция – совсем иное [Текст] / О. Алехина // Управление персоналом. – 2000. – № 2.
4. Аллин, О. Н. Кадры для эффективного бизнеса. Подбор и мотивация персонала [Текст] / О. Н. Аллин, Н. И. Сальникова. – Москва : Генезис, 2005. – 248 с.
5. Андреев, В. И. Педагогика творческого саморазвития [Текст] / В. И. Андреев. – Казань, 1996. – 568 с.
6. Аргунова, С. М. Развитие и профессиональное обучение персонала [Текст]: статья / С. М. Аргунова. – URL: <http://www.ngpc.ru/forum2010/Articles/Learning%20methods.pdf>.
7. Аристов, Б. И. Психологический климат в коллективе [Текст] / Б. И. Аристов. – Москва : Политиздат, 1973. – 64 с.
8. Армстронг, М. Практика управления человеческими ресурсами [Текст] / М. Армстронг. – Санкт-Петербург : Питер, 2008. – 832 с.
9. Архангельский, С. И. Некоторые методологические вопросы введения в теорию обучения высшей школы [Текст] / С. И. Архангельский // Вопросы повышения эффективности теоретических исследований в педагогической науке : в 2 ч. – Москва, 1976. – Ч. 2. – С. 15–41.
10. Архипова, А. А. Творчество языковой личности, текст и контекст [Текст] / А. А. Архипова // StudiaLingüistica–9: Когнитивно-прагматические и художественные функции языка. – Санкт-Петербург : Тригон, 2000 – С. 202–213.

11. Асмус, Н. Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства [Текст] : дис. ... канд. филол. наук / Н. Г. Асмус. – Челябинск, 2005. – 266 с.
12. Афанасьев, В. Г. Методология и методика дидактического исследования [Текст] / В. Г. Афанасьев, В. И. Загвязинский. – Москва : Педагогика, 1982. – 160 с.
13. Афанасьев, В. Г. Моделирование как метод исследования социальных систем [Текст] / В. Г. Афанасьев // Системные исследования : Методологические проблемы : ежегодник, 1982. – Москва, 1982. – С. 26–46.
14. Ахмерова, Д. Ф. Проблема формирования готовности студентов педагогического колледжа к педагогическому общению [Текст] / Д. Ф. Ахмерова. – URL: <http://vestnik.tspu.edu.ru/>
15. Баграмова, Н. В. Компетентностный подход в образовании с проекцией на обучение иностранному языку [Текст] / Н. В. Баграмова // Синтез традиций и новаторства в методике изучения иностранных языков : материалы межвузовской научной конференции. – Владимир : ВГПУ, 2004. – С. 14–19.
16. Бадаев, Ю. Л. Модели внутрифирменной подготовки и переподготовки кадров [Текст] / Ю. Л. Бадаев // Профессиональное образование. Столица. – 2009. – № 3. – С. 33–34.
17. Байденко, В. И. Компетенции в профессиональном образовании : к освоению компетентностного подхода [Текст] / В. И. Байденко // Высшее образование в России. – 2004. – № 11.
18. Башмаков, А. И. Разработка компьютерных учебников и обучающих программ [Текст] / А. И. Башмаков, И. А. Башмаков. – Москва : Филинь, 2003. – 616 с.
19. Безлепкина, Е. Современные методы обучения персонала [Текст] / Е. Безлепкина (бизнес-тренер, консультант). – 20 с. – URL: <http://www.ngpc.ru/forum2010/Articles/Learnining%20methods.pdf>.
20. Белая, Г. В. Теоретические основы университетского менеджмента [Текст] / Г. В. Белая. – Москва : МГПУ, 2001. – 304 с.

21. Белкин, А. С. Мониторинг образовательного процесса вуза [Текст] / А. С. Белкин. – Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2000. – 198 с.
22. Бельчиков, Я. М. Деловые игры [Текст] / Я. М. Бельчиков, М. М. Бернштейн. – Рига : АВОТС, 1989. – 304 с.
23. Бережная, И. Ф. Педагогическое проектирование индивидуальной траектории профессионального развития будущих специалистов в образовательном процессе вуза [Текст]: дис. ... д-ра пед. наук / И. Ф. Бережная. – Москва, 2012. – 401 с.
24. Беспалько, В. П. О возможности системного подхода в педагогике [Текст] / В. П. Беспалько // Советская педагогика. – 1990. – № 7. – С. 59–60.
25. Бим, И. Л. Личностно-ориентированный подход – основная стратегия обновления школы [Текст] / И. Л. Бим // Иностранные языки в школе. – 2002. – № 2. – С. 11–15.
26. Бим, И. Л. Модернизация структуры и содержания школьного языкового образования [Текст] / И. Л. Бим // Иностранные языки в школе. – 2005. – № 8. – С. 2–8.
27. Бим, И. Л. Некоторые актуальные проблемы современного обучения иностранным языкам [Текст] / И. Л. Бим // Иностранные языки в школе. – 2001. – № 4. – С. 5–8.
28. Блинов, О. А. Тренинг персонала [Текст] / О. А. Блинов, В. П. Невержин, О. В. Василевская. – Москва : Кнорус, 2005. – 496 с.
29. Бодалев, А. А. О коммуникативном ядре личности [Текст] / А. А. Бодалев // Советская педагогика. – 1990. – № 5. – С. 77–81.
30. Болотов, В. А. Компетентностная модель : от идеи к образовательной программе [Текст] / В. А. Болотов, В. В. Сериков // Педагогика. – 2003. – № 10. – С. 8–14.
31. Бондаревская, Е. В. Гуманистическая парадигма личностно-ориентированного образования [Текст] / Е. В. Бондаревская // Педагогика. – 1997. – № 4. – С. 11–17.

32. Бондаревская, Е. В. Педагогика : личность в гуманистических теориях и системах воспитания [Текст]: учебное пособие / Е. В. Бондаревская, С. В. Кульневич. – Ростов-на-Дону : Учитель, 1999. – 411 с.
33. Бондаревская, Е. В. Ценностные основания личностно-ориентированного воспитания [Текст] / Е. В. Бондаревская. – Ростов-на-Дону : Учитель, 1995. – 53 с.
34. Бороздина, Г. В. Психология делового общения [Текст]: учебник / Г. В. Бороздина. – 2-е изд. – Москва : ИНФРА-М, 2004. – 148 с.
35. Босова, Л. М. Лингводидактические и когнитивные аспекты межкультурной деловой коммуникации [Текст] / Л. М. Босова. – URL: http://elib.altstu.ru/elib/books/Files/2000-02/18/pap_18.html.
36. Ботавина, Р. Н. Этика деловых отношений [Текст] / Р. Н. Ботавина. – Москва : Финансы и статистика, 2001. – 208 с.
37. Бухаркина, М. Ю. Использование телекоммуникаций в обучении иностранным языкам в общеобразовательной школе [Текст]: автореф. дис. ... канд. пед. наук / М. Ю. Бухаркина. – Москва, 1994а. – 21с.
38. Бухаркина, М. Ю. Электронная почта в образовании : не сегодня, но завтра [Текст] / М. Ю. Бухаркина // Магистр. – 1994 б. – № 1. – С. 42–48.
39. Бюлер, К. Теория языка. Репрезентативная функция языка [Текст] / К. Бюлер. – Москва : Прогресс, 1993. – 502 с.
40. Вайсбурд, М. Л. Использование учебно-речевых ситуаций при обучении устной речи на иностранном языке [Текст] / М. Л. Вайсбурд. – Обнинск : Титул, 2001. – 128 с.
41. Венедиктова, В. И. Деловая репутация: личность, культура, этика, имидж делового человека [Текст] / В. И. Венедиктова. – Москва : Институт новой экономики, 2001. – 305 с.
42. Вербицкий, А. А. Активное обучение в высшей школе : контекстный подход [Текст] / А. А. Вербицкий. – Москва : Высшая школа, 1991.

43. Вербицкий, А. А. Методические рекомендации по проведению деловых игр [Текст] / А. А.Вербицкий, Н. В.Борисова. – Москва : ВНИЦПТО, 1990. – 46 с.
44. Верещагин, Е. М. В поисках новых путей развития лингвострановедения : концепция речеповеденческих тактик [Текст] / Е. М.Верещагин, В. Г. Костомаров. – Москва : Институт рус. яз. им. А. С. Пушкина, 1999. – 84 с.
45. Верещагин, Е. М. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного [Текст] / Е. М.Верещагин, В. Г. Костомаров. – Москва : Русский язык, 1983. – 269 с.
46. Веснин, В. Р. Управление персоналом : Теория и практика [Текст]: учебник / В. Р. Веснин. – Москва : ТК Велби, Проспект, 2008. – 688 с.
47. Вечер, Л. С. Секреты делового общения [Текст] / Л. С. Вечер. – Минск : Высшая шк., 1996. – 432 с.
48. Виханский, О. С. Менеджмент [Текст]: учебник / О. С.Виханский, А. И. Наумов. – 3-е изд. – Москва : Гардарики, 2000. – 528 с.
49. Вольвач, В. Г. Структура человеческого капитала: социологический-аспект [Текст] / В. Г. Вольвач // Актуальные методологические и теоретические проблемы в российской науке : сборник научных трудов. Ч. 1. – Омск : Издательство Омского экономического института, 2006. – С. 123–128.
50. Галицких, Е. О. Диалог в образовании как способ становления толерантности [Текст] / Е. О. Галицких. – Москва : Академический проект, 2004. – 240 с. – URL: <http://www.menobr.ru/materials/370/5593/>.
51. Галичкина, Е. Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках (на материале жанра компьютерных конференций) [Текст]: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Е. Н. Галичкина. – Волгоград, 2001. – 24 с.
52. Галичкина, Е. Н. Компьютерная коммуникация : лингвистический статус, знаковые средства, жанровое пространство [Текст]: автореф. дис. ... д-ра филол.наук / Е. Н. Галичкина. – Волгоград, 2012. – 42 с.

53. Гальскова, Н. Д. Современная методика обучения иностранным языкам [Текст]: пособие для учителя / Н. Д. Гальскова. – Москва : АРКТИ, 2004. – 138 с.

54. Гальскова, Н. Д. Теория обучения иностранным языкам : лингводидактика и методика [Текст]: учебное пособие / Н. Д. Гальскова, Н. И. Гез. – Москва : Академия, 2006. – 334 с.

55. Герт, В. А. Дискуссия как метод обучения и воспитания студентов [Текст] / В. А. Герт // Материалы методологического и методического семинаров Института социального образования за 2009–2010 год [Текст] / отв. за вып.

В. В. Байлук / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2011. – Вып. 5. – С. 178–193.

56. Гершунский, Б. С. Компьютеризация в сфере образования : проблемы и перспективы [Текст] / Б. С. Гершунский. – Москва : Педагогика, 1987. – 263 с.

57. Гибсон, Дж. Л. Организации : поведение, структура, процессы [Текст] / Дж. Л. Гибсон, Д. М. Иванцевич, Д. Х. Доннелли ; пер. с англ. – Москва : ИНФРА-М, 2000. – 660 с.

58. Гладких, В. В. Гражданско-патриотическое воспитание молодежи в поликультурной среде вуза: системно-деятельностный подход [Текст] / В. В. Гладких. – Тамбов : Изд-во ТРОО «Бизнес-Наука-Общество», 2011. – 435 с.

59. Гойхман, О. Я. Речевая коммуникация [Текст]: учебник / О. Я. Гойхман, Т. М. Надеина. – Москва : ИНФРА-М, 2003. – 272 с.

60. Горошко, Е. И. Гендерные аспекты коммуникаций на примере образовательных практик Интернета [Текст] / Е. И. Горошко // Образовательные технологии и общество. – 2008. – Т. 11, № 2. – С. 388–412.

61. Горошко, Е. И. Информационно-коммуникативное общество в гендерном измерении [Текст] / Е. И. Горошко. – Харьков : ФЛП Либуркина Л. М., 2009. – 816 с.

62. Горошко, Е. И. Класс 2.0 : от теории к практике [Текст] / Е. И. Горошко // Образовательные технологии и общество. – 2009. – Т. 12, № 3. – С. 449–465.

63. Горошко, Е. И. Коммуникативное социокультурное пространство Интернета как объект психолингвистического анализа [Текст] / Е. И. Горошко // Жизнь языка в культуре и социуме : материалы конф., посв. 75-летию профессора Е. Ф. Тарасова. – Москва : ИЯ РАН – РУДН, 2010. – С. 9–11.

64. Горошко, Е. И. Образование 2.0 – это будущее отечественного образования? (Попытка теоретической рефлексии. Ч. 1) [Текст] / Е. И. Горошко // Образовательные технологии и общество. – 2009. – Т. 12, № 2. – С. 455–470.

65. Горошко, Е. Обучение основам межкультурной деловой коммуникации с помощью онлайн-овых групповых проектов [Текст] / Е. Горошко, П. Землянский // Международный опыт и сотрудничество в области преподавания иностранных языков с использованием информационных технологий: приоритетные направления совместных проектов университетов России и США : материалы международного семинара. – Москва : РУДН, 2009. – С. 38–42.

66. Государственные образовательные стандарты в системе общего образования : теория и практика [Текст] / под ред. В. С. Леднева, Н. Д. Никандрова, М. В. Рыжакова. – Москва ; Воронеж : Издательство Моск. психол.-соц. ин-та ; Модэк, 2002. – 384 с.

67. Гребенюк, Т. Б. Методологические основы компетентностного подхода в образовании [Текст] / Т. Б. Гребенюк // Проблемы компетентностного подхода в среднем и высшем образовании. – Калининград : Издательство РГУ им. И. Канта, 2008. – С. 7–17.

68. Громыко, Ю. В. Мыследеятельность [Текст] / Ю. В. Громыко. – URL: http://www.situation.ru/app/j_art_1018.

69. Гужвенко, Е. И. Координирующая модель методической системы обучения информатике и информационным технологиям [Текст] : дис. ... д-ра пед. наук / Е. И. Гужвенко. – Москва, 2010. – 465 с.

70. Давыдов, В. В. Научное обеспечение образования в свете нового педагогического мышления [Текст] / В. В. Давыдов. – Москва : Педагогика, 2000. – 187 с.

71. Диомидова, Г. С. Ролевая игра на уроках иностранного языка [Текст] / Г. С. Диомидова. – URL: <http://nsportal.ru/user/7602/page/rolevaya-igra-na-urokakh-inostrannogo-yazyka>.

72. Дмитриева, Е. И. Дидактические возможности компьютерных телекоммуникационных сетей для обучения иностранным языкам [Текст] / Е. И. Дмитриева // Иностранные языки в школе. – 1997а. – № 4. – С. 22–26.

73. Дмитриева, Е. И. О перспективах и возможностях дистанционного обучения иностранным языкам с использованием компьютерных телекоммуникационных сетей [Текст] / Е. И. Дмитриева // Иностранные языки в школе. – 1997б. – № 2. – С. 12–14.

74. Дмитриева, Е. И. Основная методическая проблема дистанционного обучения иностранным языкам через компьютерные телекоммуникационные сети Internet [Текст] / Е. И. Дмитриева // Иностранные языки в школе. – 1998. – № 1. – С. 6–10.

75. Евдокимова, М. И. Воспитательный потенциал урока иностранного языка [Текст] / М. И. Евдокимова // Иностранные языки в школе. – 2007. – № 4. – С. 7–9.

76. Елизарова, Г. В. Формирование межкультурной компетенции студентов в процессе обучения иноязычному общению [Текст]: автореф. дис. ... д-ра пед. наук / Г. В. Елизарова. – Санкт-Петербург, 2001 а. – 38 с.

77. Елизарова, Г. В. Электронная почта и преподавание английского языка : анализ сильных и слабых сторон [Текст] / Г. В. Елизарова // Информационные технологии в образовании: проблемы, перспективы : материалы Международной научно-практической конференции. – Санкт-Петербург : Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2001 б. – С. 214–221.

78. Епишева, О. Б. Компетентностный подход к обучению как основное направление повышения качества профессионального образования [Текст] /

О. Б. Епишева // Совершенствование подготовки кадров в филиалах Западной Сибири. – Тобольск, 2003. – С. 8–12.

79. Ерёмин, Ю. В. Основы профессионально-коммуникативной подготовки учителя иностранного языка [Текст] / Ю. В. Ерёмин. – Санкт-Петербург : Издательство РГПУ им. А. И. Герцена, 2001. – 181 с.

80. Жаркова, Т. В. Структуризация понятия «компетенция» на основе анализа российских и зарубежных работ в области экономики труда [Текст] / Т. В. Жаркова, А. В. Фоменко // Вестник Саратовского государственного технического университета. – 2011. – № 2 (55), вып. 1. – С. 289–295.

81. Желнина, Е. В. Профессиональная подготовка персонала крупной компании как социальная технология [Текст]: автореф. дис. ... канд. социол. наук / Е. В. Желнина. – Москва, 2007. – 21 с.

82. Жерихов, Е. С. Корпоративная культура как фактор социальной адаптации личности [Текст]: дис. ... канд. филос. наук / Е. С. Жерихов. – Иркутск, 2004. – 191 с.

83. Жичкина, А. Е. Взаимосвязь идентичности и поведения в Интернете пользователей юношеского возраста [Текст]: автореф. дис. ... канд. психол. наук / А. Е. Жичкина. – Москва, 2001. – 21 с.

84. Загвязинский, В. И. Исследовательская деятельность педагога [Текст]: учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / В. И. Загвязинский. – Москва : Издательский центр «Академия», 2006. – 176 с.

85. Захарова, И. Г. Информационные технологии для качественного и доступного образования [Текст] / И. Г. Захарова // Педагогика – 2002. – № 1. – С. 27–33.

86. Зеер, Э. Ф. Личностно-ориентированное профессиональное образование [Текст] / Э. Ф. Зеер. – Екатеринбург, 1998.

87. Зеер, Э. Ф. Модернизация профессионального образования : компетентностный подход [Текст] / Э. Ф. Зеер, А. М. Павлова, Э. Э. Сыманюк. – Москва : Академический проект, 2005. – 216 с.

88. Зеер, Э. Ф. Профессионально-образовательное пространство личности [Текст] / Э. Ф. Зеер. – Екатеринбург : РГППУ, 2002. – 126 с.
89. Зимняя, И. А. Ключевые компетенции – новая парадигма результата современного образования [Текст] / И. А. Зимняя // Эйдос : Интернет-журнал. – 2006. – 5 мая. – URL: <http://www.eidos.ru/journal/2006/0505.htm>.
90. Зимняя, И. А. Ключевые компетенции – новая парадигма результатов образования [Текст] / И. А. Зимняя // Высшее образование сегодня. – 2003. – № 5. – С. 34–42.
91. Зимняя, И. А. Компетентностный подход. Каково его место в системе современных подходов к проблемам образования? [Текст] / И. А. Зимняя // Высшее образование сегодня. – 2006. – № 8. – С. 20–27.
92. Зимняя, И. А. Педагогическая психология [Текст] / И. А. Зимняя. – 2-е изд., испр., доп. и перераб. – Москва : Логос, 2002. – 384 с.
93. Зимняя, И. А. Психологические аспекты обучения говорению на иностранном языке [Текст] / И. А. Зимняя. – Москва : Просвещение, 1985. – 160 с.
94. Зимняя, И. А. Психология обучения неродному языку [Текст] / И. А. Зимняя. – Москва : Русский язык, 1989. – 219 с.
95. Иванов, Л. Ю. Язык Интернета : заметки лингвиста [Текст] / Л. Ю. Иванов. – 2000. – URL: http://www.ivanoff.ru/rus/OZHWEB.htm#_Оункции_и_ГС.
96. Иванова, В. А. Педагогика [Текст]: электронный учебно-методический комплекс / В. А. Иванова, Т. В. Левина. – URL: http://www.kgau.ru/distance/mf_01/ped-asp/00b_soderz.html.
97. Кальней, В.А. Структура и содержание проектной деятельности [Текст] / В.А.Кальней, Т.М.Матвеева, Е.А.Мищенко, С.Е.Шишов // Стандарты и мониторинг в образовании. – 2004. – №4. – С.21–26.
98. Карелина, А. А. Психологические тесты [Текст] / А. А. Карелина. – Москва : ВЛАДОС, 2004. – 312 с.
99. Кердяшева, О. В. Педагогические условия формирования готовности к профессиональной мобильности студентов в образовательном процессе вуза

[Текст]: автореф. дис. ... канд. пед. наук / О. В. Кердяшева. – Воронеж, 2010. – 18 с.

100. Киселева, М. В. Формирование умений межкультурного телекоммуникационного общения в процессе обучения английскому языку учащихся старших классов гимназий [Текст]: дис. ... канд. пед. наук / М. В. Киселева. – Санкт-Петербург, 2005. – 271 с.

101. Коган, Е. Я. Компетентностный подход и новое качество образования [Текст] / Е. Я. Коган // Современные подходы к компетентностно-ориентированному образованию : материалы семинара. – Самара, 2001.

102. Колесникова, И. Л. Англо-русский терминологический справочник по методике преподавания иностранных языков [Текст] / И. Л. Колесникова, О. А. Долгина. – Санкт-Петербург ; Cambridge : Русско-Балтийский информационный центр «Блиц» : CambridgeUniversityPress, 2001. – 224 с.

103. Концепция модернизации образования на период до 2010 г. Утв. приказом Минобразования России от 11.02.2002 г. № 393. Одобрена распоряжением Правительства РФ от 29.12.2001 г. № 1756-р.

104. Коротков, Э. М. Управление качеством образования [Текст]: учебное пособие для вузов / Э. М. Коротков. – Москва : Академический Проект : Мир, 2006. – 320 с.

105. Корпоративная культура [Текст]: учебно-методическое пособие / авт.-сост. Т. А. Лапина. – Омск : Издательство ОмГУ, 2005. – 96 с.

106. Краевский, В. В. Методология педагогических исследований [Текст] : пособие для педагога-исследователя / В. В. Краевский. – Самара : СамГПИ, 1994. – 165 с.

107. Красовский, Ю. Д. Организационное поведение [Текст]: учебное пособие для вузов / Ю. Д. Красовский. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 511 с.

108. Кривицкий, Б.Х. О систематизации учебных компьютерных средств [электронный ресурс] / Б.Х. Кривицкий. – URL: <http://www.mailto/620bkriv@cs.msu.su>

109. Крестова, Ю. П. Внутрифирменное (корпоративное) обучение как значимый ресурс развития компании [электронный ресурс] / Ю.П. Крестова. – URL: <http://vwww.nisse.m/analytics.html?id=binfo2001&part=kristova>.

110. Кричевский, Р. Л. Социальная психология малой группы [Текст]: учебное пособие для вузов / Р. Л.Кричевский, Е. М. Дубовская. – Москва : Аспект Пресс, 2001. – 318 с.

111. Кротовская, М. А. Роль и значение ролевых игр в формировании социокультурной компетенции студентов-экономистов [Текст] / М. А. Кротовская // *Key skills and knowledge students need to participate successfully in the 21st century society* : материалы межвузовской научно-практической конференции. – Москва : Изд. Академии бюджета и казначейства, 2009. – С. 158–161. – URL: http://www.norma-tm.ru/lang_education8_3.html

112. Кузьмин, М. Н. Корчак [Текст] / М. Н. Кузьмин // Российская педагогическая энциклопедия / гл. ред. В. В. Давыдов. – Москва : Научн. изд. «Большая Российская энциклопедия», 1993. – Т. 1. – 608 с.

113. Кустов, Ю. А. Системный подход в педагогике [Текст]: учебное пособие / Ю. А. Кустов, В. А. Гусев. – Тольятти : ТГУ, 2002. – 90 с.

114. Леонова, О. В. Компетентностный подход как способ управления персоналом промышленного предприятия [Текст] / О. В. Леонова, О. В. Колосова // Вестник ТГТУ = Transactions TSTU. – 2010. – Т. 16, № 4. – С. 993–1000.

115. Леонтьев, А. А. Речь и общение [Текст] / А. А. Леонтьев // Общая психология / под ред. А.В. Петровского. – Москва, 1977. – С.210–228.

116. Леонтьев, А. Н. Деятельность и личность [Текст] / А. Н. Леонтьев // Вопросы философии. – 1974. – № 5. – С. 65–78.

117. Леонтьев, А. Н. Деятельность. Сознание. Личность [Текст] / А. Н. Леонтьев. – 2-е изд. – Москва : Политиздат, 1977. – 304 с.

118. Леонтьев, Д. А. Методика изучения ценностных ориентаций [Текст] / Д. А. Леонтьев. – Москва : Смысл, 1992. – 17 с.

119. Лернер, И. Я. Дидактические основы методов обучения [Текст] / И. Я. Лернер. – Москва : Педагогика, 1981. – 186 с.

120. Лернер, И. Я. Современный урок [Текст] / И. Я. Лернер, М. Н. Скаткин. – Москва : ИТПИМИО, 1992. – 273 с.
121. Маркова, А.К. Психология профессионализма [Текст] / А. К. Маркова. – Москва : Знание, 1996. – 176 с.
122. Майоров, А. Н. Мониторинг в образовании [Текст] / А. Н. Майоров. – Санкт-Петербург : Интеллект-Центр, 2006. – 432 с.
123. Макарова, Л. М. Личность и стиль деятельности преподавателя глазами студентов [Текст] / Л. М. Макарова, И. А. Шаршов. – URL: http://www.jeducation.ru/6_2004/37.html.
124. Малышева, А. А. Компетенции молодых выпускников вузов глазами работодателей [Текст] / А. А. Малышева, И. В. Невраева // Известия Томского политехнического университета. – 2006. – Т. 309, № 8. – С. 225–229.
125. Махмутов, М. И. Проблемное обучение : основные вопросы теории [Текст] / М. И. Махмутов. – Москва : Педагогика, 1975. – 368 с.
126. Машбиц, Е. И. Психолого-педагогические проблемы компьютеризации обучения [Текст] / Е. И. Машбиц. – Москва : Педагогика, 1988. – 191 с.
127. Меркулова, Л. П. Формирование профессиональной мобильности специалистов технического профиля средствами иностранного языка [Текст]: автореф. дис. ... д-ра пед. наук / Л. П. Меркулова. – Самара, 2008. – 40 с.
128. Мильруд, Р. П. Методология и развитие методики обучения иностранным языкам [Текст] / Р. П. Мильруд // Иностранные языки в школе. – 1995. – №5. – С. 13–18.
129. Мильруд, Р. П. Современные концептуальные принципы коммуникативного обучения иностранным языкам [Текст] / Р. П. Мильруд, И. Р. Максимова // Иностранные языки в школе. – 2000. – №4. – С. 9–15.
130. Моисеева, Е. В. Реализация принципа позитивного корпоративизма в профессиональной подготовке специалистов по связям с общественностью [Текст]: автореф. дис. ... канд. пед. наук / Е. В. Моисеева. – Казань, 2007. – 23 с.

131. Моргачев, П. М. Реализация педагогического потенциала информационно-коммуникационных технологий в учебном процессе военного вуза [Текст]: дис. ... канд. пед. наук / П. М. Моргачев. – Воронеж, 2012. – 238 с.

132. Морев, И. А. Образовательные информационные технологии. Ч. 1: обучение [Текст]: учебное пособие / И. А. Морев. – Владивосток : Издательство Дальневосточного университета, 2004. – 162 с.

133. Найн, А. Я. Проблемы развития профессионального образования : региональный аспект [Текст] / А. Я. Найн, Ф. Н. Ключев. – Челябинск : Издательство Ин-та развития проф. образования, 1998. – 264 с.

134. Наука и образование [электронный ресурс]. – URL: <http://mgup-vm.narod.ru/russian/08.html>.

135. Новиков, А.М. Как работать над диссертацией [Текст]: пособие для начинающего педагога-исследователя / А.М. Новиков. – 4-е изд. – Москва : Издательство «Эгвес», 2003. – 104 с.

136. Новиков, А.М. Статистические методы в педагогических исследованиях (типовые случаи) [Текст] / А.М. Новиков. – Москва : МЗ-Пресс, 2004. – 67 с.

137. Новиков, А. М. Основания педагогики [Текст]: пособие для авторов учебников и преподавателей / А. М. Новиков. – Москва : Издательство «Эгвес», 2010. – 208 с.

138. Новиков, П. М. Опережающее профессиональное образование [Текст]: научно-практическое пособие / П. М. Новиков, В. М. Зуев. – Москва : РГАТиЗ, 2000. – 266 с.

139. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования [Текст]: учебное пособие для студентов пед. вузов и системы повышения квалификации пед. кадров / Е. С. Полат, М. Ю. Бухаркина, М. В. Моисеева, А. Е. Петров ; под ред. Е. С. Полат. – Москва : Издат. центр «Академия», 1999. – 224 с.

140. Образовательный стандарт высшей школы: сегодня и завтра [Текст] / под общ. ред. В. И. Байденко, Н. А. Селезневой. – Москва, 2001. – 206 с.

141. Образцов, П. И. Дидактика высшей военной школы [Текст]: учебное пособие / П. И. Образцов, В. М. Косухин. – Орел : Академия Спецсвязи России, 2004. – 317 с.

142. Образцов, П. И. Проектирование и конструирование профессионально-ориентированной технологии обучения [Текст] / П. И. Образцов, А. И. Ахулкова, О. Ф. Черниченко. – Орел : ОГУ, 2003. – 94 с.

143. Образцов, П. И. Психолого-педагогические аспекты разработки и применения в вузе информационных технологий обучения [Текст] / П. И. Образцов. – Орел : Орловский государственный технический университет, 2000. – 145 с.

144. Обучение иностранным языкам [Текст]: материалы для специалиста образовательного учреждения / [отв. ред М.К.Колкова]. – Санкт-Петербург : КАРО, 2003. – 320 с.

145. Обучение иностранным языкам : поиск новых путей [Текст] / Н. Д. Гальскова, З. Н. Никитенко, А. Ю. Горчев, Э. И. Соловцова // Иностранные языки в школе. – 1989. – № 1. – С. 13–19.

146. Обучение иностранным языкам в школе и вузе [Текст]: методическое пособие для преподавателей / [под ред. М. К. Колковой]. – Санкт-Петербург : КАРО, 2001. – 240 с.

147. Огай, О. Н. Компетентностно-ориентированное образование [Текст] / О. Н. Огай, Н. А. Рыбакина, Е. А. Самойлов. – Самара : СИПКРО, 2003. – 103 с.

148. Оганесян, Е. В. Культурологическая модель педагогической практики в системе высшего педагогического образования [Текст]: дис. ... д-ра пед. наук / Е. В. Оганесян. – Москва, 2005. – 406 с.

149. Оганесян, И. А. Управление персоналом организации [Текст]: учебное пособие / И. А. Оганесян. – Москва : Амалфея, 2000. – 256 с.

150. Пассов, Е. И. Программа-концепция коммуникативного иноязычного образования. «Развитие индивидуальности в диалоге культур» [Текст] / Е. И. Пассов. – Москва : Просвещение, 2000. – 161 с.

151. Пассов, Е. И. Основы коммуникативной методики обучения иноязычному общению [Текст] / Е. И. Пассов. – Москва : Просвещение, 1989. – 276 с.
152. Педагогика профессионального образования [Текст] / Е. П. Белозерцев [и др.] ; под ред. В. А. Сластенина. – Москва : Академия, 2008. – 366 с.
153. Переходько, И. В. Интерактивные формы обучения иностранному языку в системе профессионального обучения [Текст] / И. В. Переходько // Профессиональная компетентность преподавателя лингвистических дисциплин. – С. 1464– 1471. – URL: http://conference.osu.ru/assets/files/conf_info/conf6/20.pdf.
154. Персикова, Т. Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура [Текст]: учебное пособие / Т. Н. Персикова. – Москва : Логос, 2002. – 224 с.
155. Персикова, Т. Н. Феномен корпоративной культуры в современной России (сопоставительный анализ корпоративных культур в российских и иностранных организациях) [Текст]: автореф. дис. ... канд. культурологии / Т. Н. Персикова. – Москва, 2007. – 24 с.
156. Платов, В. Я. Деловые игры : разработка, организация, проведение [Текст] / В. Я. Платов. – Москва : ИПО Профиздат, 1991. – 156 с.
157. Полат, Е. С. Дистанционное обучение [Текст] / Е. С. Полат. – Москва : Владос, 1998. – 190 с.
158. Полат, Е. С. Теория и практика дистанционного обучения [Текст]: учеб.-метод. пособие / Е. С. Полат, М. Ю. Бухаркина, М. В. Моисеева. – Москва : Академия, 2004.
159. Полат, Е. С. Некоторые концептуальные положения организации дистанционного обучения иностранным языкам на базе компьютерных телекоммуникаций [Текст] / Е. С. Полат // Иностранные языки в школе. – 1998а. – № 5. – С. 6–11.
160. Полонский, В. М. Оценка качества научно-педагогических исследований [Текст] / В. М. Полонский. – Москва : Педагогика, 1987. – 144 с.

161. Практическая психодиагностика : методики и тесты [Текст]: учебное пособие / ред.-сост. Д. Я.Райгородский. – Самара : БАХРАХ, 1998. – 672 с.
162. Пригожин, А. А. Проблемы синергии организационных культур в российско-американских совместных предприятиях [Текст] / А. А. Пригожин // Менеджмент. – 1988. – № 1. – С. 60–77.
163. Психология и педагогика. Раздел 4. Тема 13: Развивающие педагогические технологии [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.ido.rudn.ru/ffec/psych/ps13.html>.
164. Пугачев, В. П. Тесты, деловые игры, тренинги в управлении персоналом [Текст] / В. П. Пугачев. – Москва : Аспект-Пресс, 2000. – 285 с.
165. Пуйман, С. А. Практикум по педагогике [Текст]: пособие для вузов / С. А. Пуйман, В. В. Чечет. – Минск : ТетраСистемс, 2003. – 176 с.
166. Роберт, И. В. О понятийном аппарате информатизации образования [Текст] / И. В. Роберт // Информатика и образование. – 2002. – № 12. – С. 2–6.
167. Роберт, И. В. Современные информационные технологии в образовании: дидактические проблемы, перспективы использования [Текст] / И. В. Роберт. – Москва : Школа-Пресс, 1994. – 205 с.
168. Родин, О. А. Концепция организационной культуры : происхождение и сущность [Текст] / О. А. Родин. – Москва : Школа Бизнеса МГУ, 1998. – 231 с.
169. Розина, И. Н. Компьютерно-опосредованная коммуникация в практике образования и бизнеса [Текст] / И. Н. Розина // Вестник Российской коммуникативной ассоциации. Вып. 2: Теория коммуникации & прикладная коммуникация – Ростов-на-Дону : ИУБИП, 2004 а. – С. 217–226.
170. Розина, И. Н. Педагогическая и профессиональная коммуникация в академических Интернет-сообществах [Текст] / И. Н. Розина // Актуальные проблемы теории коммуникации : сборник научных трудов. – Санкт-Петербург : Издательство СПбГПУ, 2004 б. – С. 314–331.
171. Розина, И. Н. Педагогическая компьютерно-опосредованная коммуникация : теория и практика / И. Н. Розина. – Москва : Логос, 2005 а. – 460 с.

172. Розина, И. Н. Педагогическая компьютерно-опосредованная коммуникация как прикладная область коммутативных исследований [Текст] / И. Н. Розина // Educational Technology & Society. – 2005 б. – № 8 (2). – С. 257–264. – URL: http://ifets.ieee.org/russian/depository/v8_i2/html/4.html.

173. Розина, И. Н. Теория и практика компьютерно-опосредованной коммуникации в России : состояние и перспективы [Текст] / И. Н. Розина // Вестник Российской коммуникативной ассоциации. Вып. 1: Теория коммуникации & прикладная коммуникация – Ростов-на-Дону : ИУБИП, 2002. – С. 185–192.

174. Розина, И. Н. Учебная компьютерно-опосредованная коммуникация : теория, практика и перспективы развития [Текст] / И. Н. Розина // Educational Technology & Society. – 2003 а. – № 6 (2). – Р. 160–175. – URL: http://ifets.ieee.org/russian/depository/v6_i2/html/s4.html.

175. Рубинштейн, С.Л. Основы общей психологии [Текст] / С.Л. Рубинштейн. – Санкт-Петербург : Изд-во Питер, 1999. – 720 с.

176. Саакова, В. А. Профессиональный тренинг как фактор повышения эффективности организации труда [Текст] / В. А. Саакова // Среднее профессиональное образование : ежемесячный теоретический и научно-методический журнал. – 2007. – № 2. – С. 60–61.

177. Садохин, А. П. Межкультурная компетенция и компетентность в современной коммуникации [Текст] / А. П. Садохин // Общественные науки и современность. – 2008. – № 3. – С. 156–166. – URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/2010/10/20/1214791093/Sadohin.pdf>.

178. Сартр, Ж.– П. Трансцендентность эго. набросок феноменологического описания [Текст] / Ж.– П. Сартр; пер. А. Кричевского // Логос. – 2003. – № 2 (37). – С. 86–121. – URL: <http://www.ruthenia.ru/logos/number/37/05.pdf>; <http://psylib.org.ua/books/sartr02/>.

179. Сафонова, В. В. Изучение языков международного общения в контексте диалога культур и цивилизаций [Текст] / В. В. Сафонова. – Воронеж : Истоки, 1996. – 237 с.

180. Сериков, В.В. Образование и личность. Теория и практика проектирования педагогических систем[Текст] / В. В. Сериков. – Москва : Издательская корпорация «Логос», 1999. – 272 с.
181. Симбирева, А. Л. Внутрифирменное обучение: теория и практика осознанной необходимости [Электронный ресурс] / А. Л. Симбирева. – URL: <http://www.hr-hunter.com/lib/practicum/28>.
182. Скаженик, Е. Н. Практикум по деловому общению[Текст]: учебное пособие / Е. Н. Скаженик. – Таганрог : Издательство ТРТУ, 2005. – 126 с.
183. Словарь психолога-практика [Текст] / сост. С. Ю. Головин. – 2-е изд., перераб. и доп. – Минск : Харвест, 2007. – 976 с.
184. Смирнов, С. А. Педагогика : педагогические теории, системы, технологии [Текст] / С. А. Смирнов. – Москва : Академия, 2000. – 510 с.
185. Соловов, А. В. Об эффективности информационных технологий [Текст] / А. В. Соловов // Высшее образование в России. – 1997. – № 4. – С. 100–104.
186. Соловов, А. В. Электронное обучение: проблематика, дидактика, технология [Текст] / А. В. Соловов. – Самара : Новая техника, 2006. – 464 с.
187. Спенсер-мл. Лайл М. Компетенции на работе [Текст] / М. Лайл Спенсер-мл., М. Сайн Спенсер; пер. с англ. – Москва : НИРРО, 2005. – 384 с.
188. Статистика в педагогике [Электронный ресурс]: компьютерная программа. – URL: <http://www.mtas.ru/uploads/stat.zip>.
189. Стернин, И. Г. Деловая игра как инструмент развития корпоративной культуры [Электронный ресурс] / И. Г. Стернин. – URL: <http://corpculture.ru/content/delovaya-igra-kak-instrument-razvitiya-korporativnoi-kulturyv>.
190. Талызина, Н. Ф. Психолого-педагогические основы автоматизации учебного процесса [Текст] / Н. Ф. Талызина // Психолого-педагогические и психофизиологические проблемы компьютерного обучения. – Москва : Издательство АПН СССР ; МГУ, 1985а. – С. 15–26.

191. Талызина, Н. Ф. Теоретические проблемы программированного обучения [Текст] / Н. Ф. Талызина. – Москва : Педагогика, 1969. – 133 с.
192. Татулов, Б. Э. Анализ сущности и содержания внутрифирменного обучения [Текст] / Б. Э. Татулов // Транспортное дело России. – 2008. – № 2.
193. Татулов, Б. Э. Выявление форм, методов и средств внутрифирменного обучения [Текст] / Б. Э. Татулов. – URL: http://www.morvesti.ru/archive/tdr/element.php?IBLOCK_ID=66&SECTION_ID=1388&ELEMENT_ID=2936.
194. Татур, Ю. Г. Компетентностный подход в описании результатов и проектировании стандартов высшего профессионального образования [Текст]: материалы ко второму заседанию методологического семинара / Ю. Г. Татур. – Москва : Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2004. – 18 с.
195. Технологии и методики обучения литературе [Текст]: учебное пособие / под ред. В.А. Кохановой. – Москва : ФЛИНТА : Наука, 2011. – 248 с.
196. Ткаченко, Е. Н. Система компетенций в компании [Текст] / Е. Н. Ткаченко // Freelancer Training Centre. 24.10.2009. – URL: <http://trn.work.ua/articles/871/>.
197. Толковый словарь терминов понятийного аппарата информатизации образования [Текст] / авт.-сост.: И. В.Роберт, Т. А.Лавина. – Москва : ИИО РАО, 2006. – 88 с.
198. Томилов, В. В. Культура организации международных коммуникаций [Текст]: учебное пособие / В. В. Томилов. – Санкт-Петербург : С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов, 1999. – 108 с.
199. Трофимов, Г. А. Словарь финансово-экономических терминов и определений [Текст]: учебно-методическое пособие / Г. А. Трофимов. – Москва : ИВЭСЭП, 2008. – 122 с.
200. Трофимова, Г. Н. Языковой вкус Интернет-эпохи в России : функционирование русского языка в Интернете : концептуально-сущностные доминанты / Г. Н. Трофимова. – Москва : Издательство РУДН, 2004. – 380 с.

201. Управление персоналом [Текст]: учебник для вузов / под ред. Т. Ю. Базарова, Б. Л. Еремина. – Москва : ЮНИТИ, 2002. – 560 с.
202. Управление персоналом организации [Текст]: учебник / под ред. А. Я. Кибанова. – Москва : ИНФРА-М, 1997. – 508 с.
203. Управление человеческими ресурсами : менеджмент и консультирование [Текст] / под ред. В. В. Щербины. – Москва : Независимый институт гражданского общества, 2004. – 520 с.
204. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273–ФЗ // «РГ» – Федеральный выпуск №5976, 31 декабря 2012 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rg.ru/2012/12/30/obrazovanie-dok.html>.
205. Формановская, Н. И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход [Текст] / Н. И. Формановская. – Москва : Русский язык, 2002. – 214 с.
206. Халитова, И. С. Корпоративная культура студента – залог успеха будущего инженера [Текст] / И. С. Халитова // Профессиональное образование и производство : проблемы социального партнёрства, профессиональной подготовки и трудоустройства выпускников. – Казань, 2007. – С. 119–125.
207. Халитова, И. С. Формирование корпоративной компетенции студентов технического вуза в процессе внеучебной деятельности [Текст]: дис. ... канд. пед. наук / И. С. Халитова. – Казань, 2009. – 176 с.
208. Халяпина, Л. П. Интернет-коммуникация и обучение иностранным языкам [Текст] / Л. П. Халяпина. – Кемерово : Кузбассвузиздат, 2005. – 210 с.
209. Халяпина, Л. П. Методическая система формирования поликультурной языковой личности посредством Интернет-коммуникации в процессе обучения иностранным языкам [Текст]: дис. ... д-ра пед. наук / Л. П. Халяпина. – Санкт-Петербург, 2006. – 426 с.
210. Халяпина, Л. П. Специфика Интернет-дискурса как структурной единицы Интернет-коммуникации [Текст] / Л. П. Халяпина // Когнитивные и

дискурсивные исследования в современной лингвистике. – Кемерово : ГОУ ВПО «КемГУ», 2005. – С. 89–93.

211. Хекхаузен, Х. Мотивация и деятельность [Текст] / Х. Хекхаузен. – Москва : Педагогика, 1986. – 860 с.

212. Хинричс, Дж. Обучение персонала [Текст] / Дж. Хинричс. – Чикаго, 1976. – 390 с.

213. Хофштеде, Г. Организационная культура [Текст] / Г. Хофштеде // Управление человеческими ресурсами : энциклопедия. – Санкт-Петербург : ПИТЕР : Бизнес-Класс, 2002. – 1198 с.

214. Хохлов, Н. Г. Положение об интегрированных системах обучения в сфере высшего профессионального образования [Текст] / Н. Г. Хохлов, К. А. Осипов ; Министерство образования РФ, Научно-методический совет «Проблемы подготовки специалистов на основе интегрированных систем обучения». – Москва, 2000.

215. Хуторской, А. В. Ключевые компетенции и образовательные стандарты [Текст] / А. В. Хуторской // Эйдос : Интернет-журнал. – 2002. – 23 апреля. – URL: <http://www.eidos.ru/journal/2002/0423.htm>. – В надзаг: Центр дистанционного образования “Эйдос”, e-mail: list@eidos.ru.)

216. Цвечиц, О.А. Роль дисциплин гуманитарного цикла в профессиональной подготовке будущих специалистов в техническом вузе [Текст] / О.А. Цвечиц // Сборник науч. трудов СевКавГТУ. Серия «Гуманитарные науки». 2009. – № 7. – Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.ncstu.ru>

217. Шадриков, В. Д. Деятельность и способности [Текст] / В. Д. Шадриков. – Москва : Логос, 1994. – 320 с.

218. Шадриков, В. Д. Новая модель специалиста : инновационная подготовка и компетентностный подход [Текст] / В. Д. Шадриков // Высшее образование сегодня. – 2004. – № 8. – С. 26–31.

219. Шадриков, В. Д. Философия образования и образовательные политики [Текст] / В. Д. Шадриков. – Москва : Логос, 1993. – 181 с.

220. Шихарев, П. Н. От корпоративной этики к этике корпорации [Текст] / П. Н. Шихарев // Этика успеха : Вестник исследователей, консультантов, ЛПР. – Тюмень ; Москва, 1995. – Вып. 4. – С. 86–93.
221. Шишов, С. Е. Компетентностный подход к образованию: прихоть или необходимость? [Текст] / С. Е. Шишов, И. Г. Агапов // Стандарты и мониторинг в образовании. – Москва, 2002. – № 2. – С. 58–62.
222. Штофф, В. А. Моделирование и философия [Текст] / В. А. Штофф. – Москва ; Ленинград : Наука, Ленингр. отд-ние, 1966. – 301 с.
223. Экономика труда : социально-трудовые отношения [Текст] / под ред. Н. А. Волгина, Ю. Г. Одегова. – Москва : Экзамен , 2003. – 736 с.
224. Юрьева, Е. В. Корпоративная культура : идеология и имидж (теоретико-методологический аспект) [Текст]: автореф. дис. ... канд. филос. наук / Е. В. Юрьева. – Москва, 1999. – 24 с.
225. Якиманская, И. С. Личностно-ориентированное обучение в современной школе [Текст] / И. С. Якиманская. – Москва : Сентябрь, 1996. – 96 с.
226. Amant, K. St. A Prototype Theory Approach International Website Analysis and Design // Technical Communication Quarterly. – 2005. – Vol.14, № 1. – P. 73–91.
227. Axel, Hering, Magdalena Matussek, Anne Buscha, Gisela Linthout. Geschäftskommunikation. – Max Hueber Verlag, 1996.
228. Banks, S. Collaboration for inter-cultural e-learning: A Sino-UK case study // Proceedings of the 23rd Annual Ascilite Conference: Who's learning? Whose technology? Ascilite 2006. – The University of Sydney, 2006. – P.71–77. – URL: <http://www.ascilite.org.au/conferences/sydney06/proceeding/pdf.../p222.pdf>.
229. Buhler A. Die Vielfalt des Interpretierens // Buhler A. (Hrsg.) Hermeneutik. Heidelberg, 2003.
230. Cognitive neuroscience of emotion / R. D. Lane, L. Nadel (eds.). – New York: Oxford University Press, 2000.
231. DealT., Kennedy A. Corporate Cultures: The Rites and Rituals of Organizational Life. Reading. Mass: Addison–Wesley, 1982.]

232. Dillenbourg P., Baker M., Blaye A., O'Malley C. The evolution of research on collaborative learning // *Humans and Machine: Towards an Interdisciplinary Learning Science* / E. Spada & P. Reiman (Eds). – Oxford : Elsevier, 1996. – P. 189– 211.

233. Ditto R. Teaching and Learning through Online Collaboration. – URL: <http://campustechnology.com/Articles/2004/04/Teaching-and-Learning-Through-Online-Collaboration.aspx>. 2004.

234. Doughty K. J., Long, M. H. Optimal Psycholinguistic Environment for Distance Foreign Language Learning // *Language Learning & Technology*. – 2003. – Vol. 7, № 3. – P. 50– 80.

235. Ess C. Being in place out of place... / Being out of place in place: CMC, globalization, and emerging hybridities as new cosmopolitanisms? // *Technology in a Multicultural and Global Society*. NTNU Publication Series № 6. / M. Thorseth & C. Ess (Eds.) – Trondheim (Norway): Norwegian University of Science and Technology, 2005. – P. 91– 114.

236. Ess C., Sudweeks F. Culture and computer– mediated communication: Toward new understandings // *Journal of Computer– Mediated Communication*. – 2005. – Vol. 11, № 1, article 9. – URL: <http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue1/ess.html>.

237. Friedmann Schulz von Thun. Klarkommen mit sich selbst und anderen: Kommunikation und soziale Kompetenz. Reden, Aufsätze, Dialoge. – Reinbek: Rowohlt, 2004/

238. Friedmann Schulz von Thun. Miteinander reden. Band 1: Störungen und Klärungen. Allgemeine Psychologie der Kommunikation. – Reinbek: Rowohlt, 1981.

239. Friedmann Schulz von Thun. Miteinander reden. Band 2: Stile, Werte und Persönlichkeitsentwicklung. Differentielle Psychologie der Kommunikation. – Reinbek: Rowohlt, 1989.

240. Friedmann Schulz von Thun. Miteinander reden. Band 3: Das „innere Team“ und situationsgerechte Kommunikation. – Reinbek: Rowohlt, 1998.

241. Gao F. Language is culture on intercultural communication // *Journal of Language and Linguistics*. – 2006. – Vol. 5, № 1. – P. 58– 67.

242. Gerritsen M., Verckens J. P. Raising Students' Intercultural Awareness and Preparing them for Intercultural Business // *Business Communication Quarterly*. – 2006. – Vol. 69. – P. 50– 59.
243. Gokhale A. Collaborative Learning Enhances Critical Thinking // *Journal of Technology of Education*. – 1995. – Vol. 7, № 1. – URL: <http://scholar.lib.vt.edu/ejournals/JTE/v7n1/gokhale.jte-v7n1.html>.
244. Haase M. et al. *Internetkommunikation und Sprachwandel // Sprachwandel durch Computer*. – Opladen, 1997. – S. 51– 85.
245. *Handbook of Research on Virtual Workplaces and the New Nature of Business Practices*. – USA: Idea Group Inc., 2008. – 725 p.
246. Harris P. P., Moran R. T. *Managing Cultural Differences*. – Huston: TX Gulf Publishing Company, 1991 – P. 13– 23.
247. Hofstede G.H. *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. – New York: McGraw Hill, 1997.
248. Keen K. Competence: What is it and how can it be developed?// *Instructional Design: Implementation Issues (111 – 122)* / J. Lowyck, P. de Potter, & J. Elen. (Eds.). – Brussels: IBM Education Center, 1992.
249. Kim K., Bonk C. Cross– cultural comparisons of online collaboration // *Journal of Computer– Mediated Communication*. – 2002. – Vol. 8, № 1. – URL: <http://jcmc.indiana.edu/vol8/issue1/kimandbonk.html>.
250. Klemp G. O. *The Assessment of Occupational Competence: Report to the National Institute of Education*. – Washington (DC), 1980. – 12 p.
251. Lane D. R. *Computer– Mediated Competence : An Examination of Communicative Competence. Using the Modem as the Medium*. – 1997. – URL: <http://www.uky.edu/~drlane/techno/cmcompetence.htm>.
252. Macfadyen L. P., Roche, J., Doff, S. *Communicating Across Cultures in Cyberspace: A Bibliographical Review of Online Intercultural Communication*. // *Culture, Technology, Communication: Towards an Intercultural Global Village* / C. Ess (Ed.). – Albany (NY): State University of New York Press, 2004. – P. 87– 120.

253. Mayers C., Jones T. B. *Cooperative student projects / Promoting active learning: strategies for the college classroom*. Jossey-Bass Publishers. San Francisco, 1993. P. 74–88.
254. Milani M. Cultural Impact on Online Education Quality Perception // *The Electronic Journal of e-Learning*. – 2004. – Vol. 6, № 2. – P. 149–160. – URL: <http://www.ejel.org>.
255. Mirabile R. J. Everything you wanted to know about competency modeling // *Training and development*. – 1997. – August. – P. 73–77.
256. Morgan G. *Images of Organization* IG. Morgan. – London: SAGE Publications, 1996. – 221 p.
257. Morris Merrill, Ogan Christine. The Internet as a Mass Medium // *Journal of Computer-Mediated Communication*. – 1996 (March). – Vol. 1, № 4. – URL: www.ascusc.org/jcmc/vol1/issue4/morris.html
258. Morris Merrill, Ogan Christine. The Internet as a Mass Medium // *Journal of Communication*. – 1996. – № 46 (1). – P. 39–50.
259. Nguyen-Ngoc A. V., Lai-Chong E. L. Evaluation of Cross-cultural Computer-Supported Collaborative Learning: Preliminary Findings for iCamp Challenges. – URL: <http://www.cs.le.ac.uk/people/avnn1/papers/NguyenL-EdMedia07.pdf>.
260. Parry S. B. The quest for competencies: competency studies can help you make HR decision, but the results are only as good as the study // *Training*. – 1996. № 33. – P. 48–56.
261. Pfeil U., Zaphiris P., Ang C. S. Cultural differences in collaborative authoring of Wikipedia // *Journal of Computer-Mediated Communication*. – 2006. – Vol. 12, № 1, article 5. – URL: <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue1/pfeil.html>.
262. Quasthoff U. *Kommunikative Normen im Entstehen: Beobachtungen zu Kontextualisierungsprozessen in elektronischer Kommunikation // Sprachwandel durch Computer*. – Opladen, 1997. – S. 23–50.
263. Roger T., Johnson D.W. *An Overview of Collaborative Learning // Creativity and Collaborative Learning / J. Thousand, A. Villa and A. Nevin (Eds)*. – Balti-

more: Brookes Press, 1994. – P. 13– 30. – URL: <http://www.co-operation.org/pages/overviewpaper.html>.

264. Sado R. Cross-cultural Communication: Saudi, Ukrainian and Russian Students Online // Asian EFL Journal. – 2006. – Vol. 8, № 2. – 7 p. – URL: <http://www.readingmatrix.com/conference/pp/.../aljarf.pdf>.

265. Shevron L. Bridging the digital divide: technology, community, and public policy. – Oxford: Blackwell Publishing House, 2002. – 273 p.

266. Smith B.L., MacGregor J.T. What is collaborative learning? Collaborative Learning: A Sourcebook for Higher Education, 1992.P.9– 22.

267. Spitzberg B. H., Changnon G. Conceptualizing Intercultural Competence // The SAGE Handbook of Inter involvement cultural Competence / Darla K. Dear-dorff D.K (Eds.). – Thousand Oaks, CA: Sage, 2009. – Chapter 1, p. 6.

268. Spitzberg B.H. Preliminary Development of a Model and Measure of Computer-Mediated Communication (CMC) Competence // Journal of Computer Mediated Communication. – 2006. – № 11(2), article 12. – URL: <http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue2/spitzberg.html>.

269. Staggers J., Garcia S., Nagelhout E. Teamwork through Team Building: Face-to-Face to Online // Business Communication Quarterly. – 2008. – Vol. 71, № 4. – P. 472– 487.

270. Volker Eismann. Erfolgreich am Telefon und bei Gesprächen im Büro. – Cornelsen, 2006.

271. Volker Eismann. Erfolgreich bei Präsentationen. – Cornelsen, 2006.

272. Volker Eismann. Erfolgreich in Besprechungen. – Cornelsen, 2006.

273. Volker Eismann. Erfolgreich in der geschäftlichen Korrespondenz. – Cornelsen, 2010.

274. Volker Eismann. Erfolgreich in der interkulturellen Kommunikation. – Cornelsen, 2007.

275. Volker Eismann. Erfolgreich in Verhandlungen. – Cornelsen, 2006.

276. Warschauer M. Computer-Mediated Collaborative Learning: Theory and Practice // The Modern Language Journal. – 1996. – Vol. 81, № 4. – P. 470– 481.

277. Würtz E. A cross-cultural analysis of websites from high-context cultures and low-context cultures // Journal of Computer-Mediated Communication. – 2005. – Vol. 11, № 1, article 13. – URL: <http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue1/wuertz.html>.

278. Yates S. T. Oral and Written Linguistics Aspects of Computer Conferencing: A Corpus Based Study // Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspective. – Amsterdam: John Benjamin Publishing, 1996. – P. 29–4

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1.

Методики и диагностики, используемые в опытно-экспериментальной работе

Тест «Уровень организационной культуры» (ОК)

(Веснин В. Р. Управление персоналом : Теория и практика : учебник

/ Веснин В. Р. – Москва : ТК Велби, Проспект, 2008. – 688 с.)

	Суждения	Баллы									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	На нашем предприятии вновь нанятым работникам предоставляется возможность овладеть специальностью	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2.	У нас имеются четкие инструкции и правила поведения всех категорий работников	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3.	Наша деятельность четко и детально организована	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4.	Система заработной платы у нас не вызывает нареканий работников	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5.	Все, кто желает, у нас могут приобрести новые специальности	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6.	На нашем предприятии налажена система коммуникаций	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7.	У нас принимаются своевременные и эффективные решения	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8.	Рвение и инициатива у нас поощряются	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9.	В наших подразделениях налажена разумная система выдвижения на новые должности	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10.	У нас культивируются разнообразные формы и методы коммуникаций (деловые контакты, собрания, информационные распечатки и др.)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11.	Наши работники участвуют в принятии решений	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12.	Мы поддерживаем хорошие взаимоотношения друг с другом	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13.	Рабочие места у нас обустроены	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
14.	У нас нет перебоев в получении внутрифирменной информации	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
15.	У нас организована профессиональная (продуктивная) оценка деятельности работников	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
16.	Взаимоотношения работников с руководством достойны высокой оценки	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
17.	Все, что нужно для работы, у нас всегда под рукой	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
18.	У нас поощряется двухсторонняя коммуникация	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
19.	Дисциплинарные меры у нас применяются как исключения	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
20.	У нас проявляется внимание к индивидуальным различиям работников	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
21.	Работа для меня интересна	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
22.	На нашем предприятии поощряется непосредст-	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

		Суждения				Баллы					
	венное обращение исполнителей к руководству										
23.	Конфликтные ситуации у нас допускаются с учетом всех реальностей обстановки	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
24.	Рвение к труду у нас всячески поощряется	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
25.	Трудовая нагрузка у нас оптимальная	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
26.	У нас практикуется делегирование полномочий на нижние эшелоны управления	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
27.	В наших подразделениях господствует кооперация и взаимоуважение между работниками	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
28.	Наше предприятие постоянно нацелено на нововведения	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
29.	Наши работники испытывают гордость за свою организацию	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Подсчет баллов

1. Подсчитайте общий балл. Для этого надо сложить показатели всех ответов.
2. Посчитайте средний балл по секциям:
 Работа – 1, 5, 9, 13, 17, 21, 25.
 Коммуникации – 2, 6, 10, 14, 18, 22.
 Управление – 3, 7, 11, 15, 19, 23, 26, 28.
 Мотивация и мораль – 4, 8, 12, 16, 20, 24, 27, 29.

Интерпретация

Индекс «ОК» определяется по общей сумме по общей сумме полученных баллов. Наибольшее количество баллов – 290, наименьшее – 0. Показатели свидетельствуют о следующем уровне «ОК»:

- 261–290 – очень высокий
- 175–260 – высокий
- 115–174 – средний
- ниже 115 – имеющий тенденцию к деградации

Узкие места «ОК» определяются по средним величинам секций. Показатели в баллах по секциям свидетельствуют о следующем состоянии в коллективе:

- 9–10 – великолепное
- 6–8 – мажорное
- 4–5 – заметное уныние
- 1–3 – упадочное

Выводы:

1. Предлагаемые выше 29 суждений собраны в процессе опроса руководителей среднего и высшего звена управления. Все суждения значимы. Поэтому показатель ниже 4 баллов по какому-то пункту свидетельствует о неблагоприятном положении дел на этом направлении трудовой деятельности и в межличностном общении работников. Своевременно принятые меры могут воспрепятствовать сползанию предприятия в кризисное состояние. Таким образом, работу по оздоровлению предприятия следует начинать с анализа дел, отраженных в конкретных суждениях.

2. Второй шаг деятельности по принятию оздоровительных мер – это анализ и соответствующее реагирование на показатели четырех секций: работа, коммуникации, управление, мотивация и мораль. Целеустремленная деятельность в направлениях повышения балльных показателей по секциям может способствовать поднятию индекса «ОК» в целом.

3. Степень влияния культуры на деятельность организации оценивается по трем факторам: по направленности, широте охвата и силе влияния на персонал.

Данные тестирования дают возможность оценить первый фактор в прямом виде: общий показатель свыше 175 баллов свидетельствует о положительной направленности организационной культуры; два других фактора можно оценить на основе показателей секциям.

Методика диагностики коммуникативной установки по В.В. Бойко (определение общей коммуникативной толерантности)

(Практическая психодиагностика : Методики и тесты : учебное пособие / ред.– сост. Райгородский Д. Я.– Самара : БАХРАХ, 1998. – 672 с.)

ИНСТРУКЦИЯ: Вам представляется возможность совершить экскурс в многообразие человеческих отношений. С этой целью Вам предлагается оценить себя в девяти предложенных несложных ситуациях взаимодействия с другими людьми. Помните, что при ответе важна первая реакция и то, что нет плохих или хороших ответов. Отвечать надо, долго не раздумывая, без пропусков.

Проверьте себя: насколько вы способны принимать или не принимать индивидуальности встречающихся нам людей. Ниже приводятся суждения; воспользуйтесь оценками от 0 до 3 баллов, чтобы выразить, сколь верны они по отношению лично к вам:

0 баллов – совсем неверно,

1 – верно в некоторой степени (несильно)

2 – верно в значительной степени (значительно)

3 – верно в высшей степени (очень сильно)

		Баллы
1	Медлительные люди обычно действуют мне на нервы	
2	Меня раздражают суетливые, непоседливые люди	
3	Шумные детские игры переношу с трудом	
4	Оригинальные, нестандартные, яркие личности обычно действуют на меня отрицательно	
5	Безупречный во всех отношениях человек насторожил бы меня	
	ВСЕГО:	

Проверьте себя: нет ли у вас тенденции оценивать людей, исходя из собственного Я. Меру согласия с суждениями, как и в предыдущем случае, выражайте в баллах от 0 до 3.

		Баллы
1	Меня обычно выводит из равновесия несообразительный собеседник	
2	Меня раздражают любители поговорить	
3	Я тяготился бы разговором с безразличным для меня попутчиком в поезде, самолете, если он проявит инициативу.	
4	Я тяготился бы разговорами случайного попутчика, который уступает мне по уровню знаний и культуры.	
5	Мне трудно найти общий язык с партнерами иного интеллектуального уровня, чем у меня.	
	ВСЕГО:	

Проверьте себя: в какой мере категоричны или неизменны Ваши оценки в адрес окружающих.

		Баллы
1	Современная молодежь вызывает неприятные чувства своим внешним видом (прическа, косметика, наряды)	
2	Так называемые «новые русские» обычно производят неприятное впечатление либо бескультурьем, либо рвачеством	
3	Представители некоторых национальностей в моем окружении откровенно несимпатичны мне	
4	Есть тип мужчин (женщин), который я не выношу.	
5	Терпеть не могу деловых партнеров с низким профессиональным уровнем.	
	ВСЕГО:	

Проверьте себя: в какой степени Вы умеете скрывать или сглаживать неприятные впечатления при столкновении с некоммуникабельными качествами людей (степень согласия с суждениями оценивайте от 0 до 3 баллов):

		Баллы
1	Считаю, что на грубость надо отвечать тем же	
2	Мне трудно скрыть, если человек чем-либо неприятен	
3	Меня раздражают люди, стремящиеся в споре настоять на своем	
4	Мне неприятны самоуверенные люди	
5	Обычно мне трудно удержаться от замечания в адрес озлобленного или нервного человека, который толкается в транспорте	

ВСЕГО:	
--------	--

Проверьте себя: есть ли у Вас склонность переделывать и перевоспитывать партнера (оценка суждений от 0 до 3 баллов):

		Баллы
1	Я имею привычку поучать окружающих	
2	Невоспитанные люди возмущают меня	
3	Я часто ловлю себя на том, что пытаюсь воспитывать кого-либо	
4	Я по привычке постоянно делаю кому-либо замечания	
5	Я люблю командовать близкими	
	ВСЕГО:	

Проверьте себя: в какой степени Вы склонны подгонять партнеров под себя, делать их удобными (оценка суждений от 0 до 3 баллов):

		Баллы
1	Меня раздражают старики, когда они в час пик оказываются в городском транспорте или в магазинах	
2	Жить в номере гостиницы с посторонним человеком для меня просто пытка	
3	Когда партнер не соглашается в чем-то с моей правильной позицией, то обычно это раздражает меня	
4	Я проявляю нетерпение, когда мне возражают	
5	Меня раздражает, если партнер делает что-то по своему, не так как мне того хочется	
	ВСЕГО:	

Проверьте себя: свойственна ли Вам такая тенденция поведения (оценка суждений от 0 до 3 баллов):

		Баллы
1	Обычно я надеюсь, что моим обидчикам достанется по заслугам	
2	Меня часто упрекают в ворчливости	
3	Я долго помню нанесенные мне обиды теми, кого я ценю или уважаю	
4	Нельзя прощать сослуживцам бестактные шутки	
5	Если деловой партнер непреднамеренно заденет мое самолюбие, то я на него тем не менее обижусь	
	ВСЕГО:	

Проверьте себя: в какой степени Вы терпимы к дискомфортным состояниям окружающих (оценка суждений от 0 до 3 баллов):

		Баллы
1	Я осуждаю людей, которые плачутся в чужую жилетку	
2	Внутренне я не одобряю коллег (приятелей), которые при удобном случае рассказывают о своих болезнях	
3	Я стараюсь уходить от разговора, когда кто-нибудь начинает жаловаться на свою семейную жизнь	
4	Обычно я без особого внимания выслушиваю исповеди друзей (подруг)	
5	Мне иногда нравится позлить кого-нибудь из родных и друзей	
	ВСЕГО:	

Проверьте себя: каковы Ваши адаптационные способности во взаимодействии с людьми (оценка суждений от 0 до 3 баллов):

		Баллы
1	Обычно мне трудно идти на уступки партнерам	
2	Мне трудно ладить с людьми, у которых плохой характер	
3	Обычно я с трудом приспосабливаюсь к новым партнерам по совместной работе	
4	Я воздерживаюсь поддерживать отношения с несколько странными людьми	
5	Обычно я из принципа настаиваю на своем, даже если понимаю, что партнер прав.	
	ВСЕГО:	

Обработка и интерпретация данных.

Итак, вы ознакомились с некоторыми поведенческими признаками, свидетельствующими о низком уровне общей коммуникативной толерантности.

Подсчитайте сумму баллов, полученных Вами по всем признакам, и сделайте вывод: чем больше баллов, тем ниже уровень коммуникативной толерантности. Максимальное число баллов, которые можно заработать, – 135, этот показатель свидетельствует об абсолютной нетерпимости к окружающим, что вряд ли возможно для нормальной личности. Точно так же невероятно получить ноль баллов – свидетельство терпимости ко всем типам партнеров во всех ситуациях.

Сравните свои данные с приведенными и сделайте вывод о своей коммуникативной толерантности.

Обратите внимание на то, по каким из 9 предложенных выше поведенческих признаков получены высокие суммарные оценки – здесь возможен интервал от 0 до 15 баллов; чем больше баллов по конкретному признаку, тем менее респондент терпим к людям в данном аспекте отношений с ними. Напротив, чем меньше полученный результат по тому или иному поведенческому признаку, тем выше уровень общей коммуникативной толерантности по данному аспекту отношений с партнерами. Разумеется, полученные данные позволяют подметить лишь основные тенденции, свойственные Вашим взаимодействиям с партнерами. В непосредственном, живом общении личность проявляется ярче и многообразнее.

Опросник деловой направленности личности (ОДН)

(по В. Тараненко)

(Аллин О. Н. Кадры для эффективного бизнеса. Подбор и мотивация персонала / Аллин О. Н., Сальникова Н. И. – Москва : Генезис, 2005. – 248 с.)

Тест разработан на основе ориентационной анкеты В. Басса и состоит из 27 суждений, по каждому из которых представлены три варианта ответов. Он позволяет определить направленность личности по трем шкалам:

1.Шкала «Я» – направленность на себя: ориентация личности на прямое вознаграждение и удовлетворение, индивидуализм, властность, склонность к соперничеству, агрессивность в достижении статуса, раздражительность, тревожность, интровертированность.

2.Шкала «О» – направленность на общение: стремление при любых условиях поддерживать отношения с людьми, ориентация на совместную деятельность, однако зачастую в ущерб выполнению конкретных заданий или оказанию искренней помощи людям, ориентация на социальное одобрение, зависимость от группы, потребность в привязанности и эмоциональных отношениях с людьми.

3.Шкала «Д» – направленность на дело: заинтересованность в решении деловых проблем, выполнение работы как можно лучше, ориентация на деловое сотрудничество, способность отстаивать в интересах дела собственное мнение, полезное для достижения общей цели.

Инструкция. Из трех вариантов ответов по каждому суждению выберите один, который в наибольшей степени Вам подходит. Этот ответ оценивается в 2 балла. Из оставшихся двух ответов выбирается более предпочтительный. Ему присваивается 1 балл. Оставшийся вариант ответа получает 0 баллов. Таким образом, ответы по каждому суждению ранжируются в порядке предпочтения.

Опросник

1. Наибольшее удовлетворение я получаю:

- а) от одобрения моей работы;
- б) от сознания того, что работа сделана хорошо;
- в) от сознания того, что меня окружают друзья.

2. Если бы я играл в футбол (хоккей, волейбол и др.), то я хотел бы быть:

- а) тренером, который разрабатывает тактику игры;
- б) известным игроком;
- в) выбранным капитаном команды.

3. По моему мнению, лучшим педагогом является тот, кто:

а) проявляет интерес к учащимся и к каждому имеет индивидуальный подход;
б) вызывает интерес к предмету;
в) создает в коллективе атмосферу, при которой никто не боится высказать свое мнение.

4. Мне нравится, когда люди:

- а) радуются выполненной работе;
- б) с удовольствием работают в коллективе;
- в) стремятся выполнить свою работу лучше других.

5. Мне хотелось бы, чтобы мои друзья:

- а) были отзывчивы и по возможности помогали людям;
- б) были верны и преданны мне;
- в) были умными и интересными людьми.

6. Лучшими друзьями я считаю тех:

- а) с кем складываются хорошие отношения;
- б) на кого всегда можно положиться;
- в) кто может многого достичь в жизни.

7. Больше всего мне не нравится:

- а) когда у меня что-то не получается;
- б) когда портятся отношения с товарищами;
- в) когда кто-то стремится выполнить свою работу лучше других.

8. По моему мнению, хуже всего, когда педагог:

- а) не скрывает, что некоторые учащиеся ему несимпатичны, насмехается и подшучивает над ними;
- б) вызывает дух соперничества в коллективе;
- в) недостаточно хорошо знает предмет, который преподает.

9. В детстве мне больше всего нравилось:

- а) проводить время с друзьями;
- б) ощущение выполненных дел;
- в) когда меня за что-нибудь хвалили.

10. Мне хотелось бы быть похожим на тех, кто:

- а) добился успеха в жизни;
- б) по-настоящему увлечен своим делом;
- в) отличается дружелюбием и доброжелательностью.

11. В первую очередь школа должна:

- а) научить решать задачи, которые ставит жизнь;

- б) развивать индивидуальные способности ученика;
 - в) воспитывать качества, помогающие взаимодействовать с людьми.
12. Если бы у меня было больше свободного времени, охотнее всего я использовал бы его:
- а) для общения с друзьями;
 - б) для отдыха и развлечений;
 - в) для любимых дел и самообразования.
13. Наибольших успехов я добиваюсь, когда:
- а) работаю с людьми, которые мне симпатичны;
 - б) у меня интересная работа;
 - в) мои усилия хорошо вознаграждаются.
14. Я люблю, когда:
- а) другие люди меня ценят;
 - б) испытываю удовлетворение от хорошо выполненной работы;
 - в) приятно провожу время с друзьями.
15. Если бы обо мне решили написать в газете, мне бы хотелось, чтобы:
- а) рассказали о каком-либо интересном деле, связанном с учебой, работой, спортом и т.п., в котором мне довелось участвовать;
 - б) написали о моей деятельности;
 - в) обязательно рассказали о коллективе, в котором я работаю.
16. Лучше всего я учусь, если преподаватель:
- а) имеет ко мне индивидуальный подход;
 - б) вызывает у меня интерес к предмету;
 - в) устраивает коллективные обсуждения изучаемых вопросов.
17. Для меня нет ничего хуже, чем:
- а) оскорбление личного достоинства;
 - б) неудача при выполнении важного дела;
 - в) потеря друзей.
18. Больше всего я ценю:
- а) успех;
 - б) возможности хорошей совместной работы;
 - в) здравый практичный ум и смекалку.
19. Я не люблю людей, которые:
- а) считают себя хуже других;
 - б) часто ссорятся и конфликтуют;

- в) возражают против всего нового.
20. Приятно, когда:
- а) работаешь над важным для всех делом;
 - б) имеешь много друзей;
 - в) вызываешь восхищение и всем нравишься.
21. По моему мнению, руководитель в первую очередь должен быть:
- а) доступным;
 - б) авторитетным;
 - в) требовательным.
22. В свободное время я охотно прочитал бы книги:
- а) о том, как заводить друзей и поддерживать хорошие отношения с людьми;
 - б) о жизни знаменитых и интересных людей;
 - в) о достижениях науки и техники.
23. Если бы у меня были способности к музыке, то я бы предпочел быть:
- а) дирижером;
 - б) композитором;
 - в) солистом.
24. Мне бы хотелось:
- а) придумать интересный конкурс;
 - б) победить в конкурсе;
 - в) организовать конкурс и руководить им.
25. Лучше всего я отдыхаю в свободное время:
- а) общаясь с друзьями;
 - б) просматривая развлекательные фильмы;
 - в) занимаясь своим любимым делом.
26. Человек должен стремиться к тому, чтобы:
- а) другие были им довольны;
 - б) прежде всего, выполнить свою задачу;
 - в) его не нужно было упрекать за выполненную работу.
27. Для меня важнее всего знать:
- а) что я хочу сделать;
 - б) как достичь цели;
 - в) как организовать людей для достижения цели.

Ключ к тесту

Шкала	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
«Я»	А	Б	А	В	Б	В	В	А	В	А	Б	Б	В	А
«О»	В	В	В	Б	А	А	Б	Б	А	В	В	А	А	В
«Д»	Б	А	Б	А	В	Б	А	В	Б	Б	А	В	Б	В

Шкала	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
«Я»	Б	А	А	А	А	В	Б	Б	В	Б	Б	В	А
«О»	В	В	В	Б	Б	Б	А	А	А	В	А	А	В
«Д»	А	Б	Б	В	В	А	В	В	Б	А	В	Б	Б

Баллы по каждому варианту ответов присваиваются в соответствии со шкалой. Так, например, если по первому суждению были выбраны ответы: Б – 2 балла, В – 0 баллов, А – 1 балл, то согласно ключу по шкале «Я» засчитывается 1 балл (ответ А), по шкале «О» – 0 баллов (ответ В), по шкале «Д» – 2 балла (ответ Б).

Далее суммируются баллы по каждой шкале, получаются три результата: N(Н), N(О) и M(Д). Затем для интерпретации результатов тестирования вычисляется выраженность (V) каждой направленности в процентах:

$$Y(Я) = \frac{ШЯ}{N(Я)}; 0,81; V(O) = \frac{N(O)}{N(O)}; 0,81; Y(Д) = \frac{ВД}{N(Д)}; 0,81.$$

Интерпретация результатов тестирования

Шкала «Я»; значение V в пределах 0–6

В служебной деятельности фактор личной выгоды и прямого вознаграждения за труды не играет для Вас главенствующей роли. У Вас отсутствуют агрессивность как форма возмещения своего Я, нездоровое честолюбие, карьеризм и упорная настойчивость в достижении статуса. Последнее рассматривается Вами как должное, хотя и не обязательное приложение достигнутых результатов. Вы не приемлете силовых методов в своем стиле руководства и не станете насаждать соперничество и нездоровую атмосферу конкуренции в своем коллективе. Не проявляете мелочной обиды и раздражительности в принципиальных деловых вопросах. В Ваших действиях отсутствует подозрительность, скрытность и настороженность по отношению к коллегам. Предпочитаете не выпячивать свои особые заслуги, если даже таковые бесспорны, нередко остаетесь в «тени». Критически относитесь к лести и равнодушны к «показухе». Вполне доброжелательно реагируете на успехи других.

Шкала «Я»; 7–13

В работе фактор личной выгоды и прямого вознаграждения за труды для Вас не является определяющим. Вы редко проявляете агрессивность и нездоровое честолюбие, Вам не

свойственны карьеризм и излишняя настойчивость в достижении статуса. Вы редко прибегаете к силовым методам решения спорных вопросов и по возможности избегаете соперничества и нездоровой атмосферы конкуренции в своем окружении. Не склонны проявлять мелочную обиду и раздражительность в принципиальных деловых вопросах. Отсутствуют подозрительность, скрытность и настороженность по отношению к коллегам. Довольно критически смотрите на свои заслуги и достижения, если даже таковые бесспорны, нередко остаетесь в «тени». Не прибегаете к показухе и вполне доброжелательно относитесь к успехам других.

Шкала «Я»; 14–20

В работе фактор личной выгоды и прямого вознаграждения за труды далеко не всегда является для Вас определяющим. Во всяком случае, Вы достаточно неприязнательны в отношении блеска, шума и суеты вокруг Вашей личности. Избегаете проявлять агрессивность и нездоровое честолюбие. Вам не свойственны снобизм и излишняя настойчивость в достижении статуса. Довольно редко прибегаете к силовым методам решения спорных вопросов и по возможности избегаете соперничества и нездоровой атмосферы конкуренции в своем окружении. Не склонны проявлять мелочную обиду и раздражительность в принципиальных деловых вопросах. В Вашем характере не замечается подозрительности, скрытности и настороженности по отношению к коллегам. Довольно реалистично смотрите на свои заслуги и достижения, если даже таковые бесспорны. Не прибегаете к показухе. вполне доброжелательно относитесь к успехам других.

Шкала «Я»; 21–27

Вы вполне реалистично подходите к удовлетворению потребностей своего Я. Фактор личной выгоды в работе является для Вас определяющим в разумных пределах. Вы избегаете проявлять агрессивность, нездоровое честолюбие, снобизм и чрезмерную настойчивость в достижении статуса. Редко пользуетесь силовыми методами в решении спорных вопросов, по возможности избегаете нездорового соперничества, выходящего за рамки чисто деловых отношений. Отделяете личную обиду от служебных интересов. У Вас не замечается подозрительности и настороженности к коллегам, а также слишком раннего отношения к успехам других. Вы не рветесь «выставляться», предпочитая иногда работать в «тени» без особого ущерба для своих амбиций. Проявляете определенную осторожность при прохождении тестирования, предпочитая сглаживать возможные акценты своих ответов. Можно также предположить весьма сбалансированный тип Вашей личности, равномерно распределяющий свою деловую энергию по отслеживаемым данным тестом направлениям.

Шкала «Я»; 28–34

Вы довольно реалистично подходите к удовлетворению потребностей своего Я, однако фактор личной выгоды в деловой деятельности играет определенную, хотя и не всегда

решающую роль. В работе предпочитаете избегать проявления агрессивности, если отводимый Вам статус отвечает действительному положению дел. В противном случае Вы можете проявить настойчивость в защите своих прав и интересов, однако не проявляя болезненного честолюбия и ярких форм снобизма. Редко пользуетесь силовыми методами в решении спорных вопросов, по возможности избегаете нездорового соперничества, выходящего за рамки деловых отношений. Отделяете личную обиду от служебных интересов. В стиле Вашей деятельности не замечается подозрительности и настороженности к коллегам, а также слишком ранимого отношения к успехам других, если таковые вполне заслуженны. Наиболее характерная в подобных случаях для вас реакция – активизация усилий для достижения не менее впечатляющих результатов, которыми Вы не против блеснуть, не выглядя слишком навязчивым. В целом Вашу позицию относительно своего Я можно определить как «разумный эгоизм».

Шкала «Я»; 35–40

Фактор личной выгоды и удовлетворения своих потребностей в работе играет для Вас вполне определенную и далеко не последнюю роль. Вы предпочитаете избегать проявления агрессивности, однако лишь в том случае, если отводимый Вам статус отвечает вашим представлениям. В противном случае возможна весьма активная настойчивость в защите своих прав и интересов. Вы живо реагируете, если задеты ваши амбиции и не удовлетворено Ваше честолюбие. В какой-то степени вам присущ снобизм. Вы редко пользуетесь силовыми методами в решении спорных вопросов, по возможности избегаете очень нездорового соперничества, выходящего за рамки деловых отношений. Отделяете личную обиду от служебных интересов. В стиле Вашей деятельности не замечается подозрительности и настороженности к коллегам, а также слишком ранимого отношения к успехам других, если таковые вполне заслуженны. Наиболее характерная в подобных случаях для Вас реакция – активизация усилий для достижения не менее впечатляющих результатов, которыми Вы не против блеснуть, не выглядя слишком навязчивым. Кратко Вашу позицию относительно своего Я можно определить как «разумный эгоизм».

Шкала «Я»; 41–47

Фактор личной выгоды и удовлетворения своих потребностей в работе играет для Вас весьма значительную роль, в чем-то даже имеет решающее значение. Вы склонны приписывать себе ведущую роль в решении многих дел. В работе предпочитаете избегать проявления агрессивности, однако лишь в том случае, если отводимый Вам статус отвечает Вашим представлениям. В противном случае вероятна весьма активная настойчивость в защите своих прав и интересов. Вы живо реагируете, если задеты Ваши амбиции и не удовлетворено Ваше честолюбие. Вы подвержены снобизму. В своих целях можете прибегать к «силовому» нажиму на окружающих, создавать нервную обстановку соперничества, выходящего за рамки

деловых отношений. Далеко не всегда отделяете личную обиду от служебных интересов. Вы можете не проявлять подозрительности и настороженности к коллегам, но быть ранимым по отношению к успехам других, даже если таковые вполне заслуженны. Наиболее характерная для Вас в подобных случаях реакция – активизация усилий для достижения не менее впечатляющих результатов, которыми Вы не против блеснуть даже в большей мере, чем это стоило бы. Кратко Вашу позицию относительно своего Я можно определить как «эгоцентрическую».

Подобная характеристика может быть присуща еще социально незрелым индивидам, а также демонстративному типу личности, отягощенному проблемой самоутверждения.

Шкала «Я»; 48–54

Фактор личной выгоды и удовлетворения своих потребностей в реализации деловой активности играет для Вас весьма значительную роль, а в большинстве случаев имеет решающее значение. Вы склонны приписывать себе ведущую роль в решении многих вопросов. Делая карьеру, проявляете авторитарные наклонности, агрессивность как средство достижения желаемого статуса. Весьма активны и настойчивы в защите своих прав и интересов, живо реагируете, если задеты Ваши амбиции и не удовлетворено Ваше честолюбие, подвержены снобизму. В своих целях можете прибегать к «силовому» нажиму на окружающих, довольно часто создаете нервную обстановку соперничества, выходящего за рамки деловых отношений. Далеко не всегда отделяете личную обиду от служебных интересов. Можете быть подозрительным и настороженным к коллегам, при этом проявлять ранимое отношение к успехам других, если даже таковые вполне заслуженны. Наиболее характерная для Вас в подобных случаях реакция – активизация усилий для достижения не менее впечатляющих результатов, бурная реклама лично проделанного и еще больше – перспектив, по возможности с «затенением» успехов коллег и альтернативных направлений. Кратко Вашу позицию относительно своего Я можно определить как «явно выраженный эгоцентризм».

Подобную характеристику могут дать социально незрелые индивиды, а также выраженный демонстративный тип личности с неудовлетворенной потребностью самоутверждения.

Шкала «Я»; 55–60

Фактор личной выгоды и удовлетворения своих потребностей имеет для Вас исключительное и решающее значение. Вы склонны приписывать себе главенствующую роль в решении многих вопросов и ждете от окружения восхвалений. В служебной карьере проявляете авторитарные наклонности, возможны проявления агрессивности как средства достижения желаемого статуса. Вам присущи весьма активная и капризная настойчивость в защите своих прав и интересов, выраженный снобизм. Вы живо реагируете, если задеты ваши амбиции и не удовлетворено Ваше честолюбие. В своих целях можете прибегать к «силовому» нажиму на

окружающих, часто создаете нервную обстановку соперничества, выходящего за рамки деловых отношений. Вы не в состоянии отделить личную обиду от служебных интересов. В стиле деятельности наблюдаются подозрительность и настороженность к коллегам, при этом проявляется ранимое отношение к успехам других, если даже таковые вполне заслуженны. Наиболее характерная для Вас в подобных случаях реакция – бурная «рисовка» своих не менее впечатляющих результатов, ослепительная реклама лично проделанного и еще больше – перспектив, с обязательным «затенением» успехов коллег и альтернативных направлений. Вашу позицию относительно своего Я можно определить как «гипертрофированный эгоцентризм».

Подобную характеристику могут дать социально незрелые личности, а также демонстративный тип личности с выраженной потребностью самоутверждения.

Шкала «Я»; 61 и выше

Фактор личной выгоды и удовлетворения потребностей в реализации деловой активности имеет для вас исключительное и абсолютное значение. Вы склонны приписывать себе главенствующую роль в решении всех дел и ждете от окружения лишь восхвалений. Видите себя исключительной личностью. В служебной карьере проявляете авторитарные склонности, возможны проявления агрессивности как средства достижения желаемого статуса. Вам присущи весьма активная и капризная настойчивость в защите своих прав и интересов, выраженный снобизм, гипертрофированное честолюбие. Вы живо реагируете, если задеты Ваши амбиции. В своих целях можете прибегать к «силовому» нажиму на окружающих, часто создаете нервную обстановку соперничества, выходящего за рамки деловых отношений. Не в состоянии отделить личную обиду от служебных интересов. В стиле деятельности наблюдаются подозрительность и настороженность к коллегам, при этом проявляется ранимое отношение к успехам других, если таковые даже вполне заслуженны. Наиболее характерная в подобных случаях реакция – бурная «рисовка» своих не менее впечатляющих результатов, ослепительная реклама лично проделанного и еще больше – перспектив, с обязательным «затенением» успехов коллег и альтернативных направлений. Вашу позицию относительно своего Я можно определить как «предельно гипертрофированный эгоцентризм».

Подобную характеристику могут дать социально незрелые индивиды, а также демонстративный тип личности с выраженной потребностью самоутверждения.

Шкала «О»; 0–6

Скорее всего, Вы крайне мало нуждаетесь в общении и совместном сотрудничестве с другими людьми, однозначно и даже категорично предпочитая деловое одиночество коллективным действиям. Общественное мнение о Вас так же мало Вас затрагивает, как и возможность оказаться в коммуникационной изоляции. Нередки конфронтационные отношения с

коллективом, причем Вас довольно легко спровоцировать на них. Вы неуступчивы в этических вопросах и совершенно негибки в межличностных отношениях, при этом чрезмерно переборчивы в своих эмоциональных привязанностях. Коротко: Вы – самодостаточный одиночка.

Подобная позиция характерна для:

- демонстративного типа личности, имеющего достаточно большие затруднения в сфере межличностных отношений и потому их отвергающего;
- ярких эгоцентристов, подавляющих любые формы равного сотрудничества;
- лиц, подверженных аутизму (действительно ушедших «в себя» в силу различных причин).

Шкала «О»; 7–13

Вы мало нуждаетесь в общении, эмоциональной отзывчивости и совместном сотрудничестве с другими людьми, однозначно предпочитая деловое одиночество коллективным действиям. Общественное мнение о Вас так же мало Вас затрагивает, как и возможность оказаться в коммуникационной изоляции, однако открытую конфронтацию с коллективом проявляете лишь при ущемлении ваших интересов. Недостаточно гибки в межличностных отношениях и весьма переборчивы в своих эмоциональных привязанностях. Коротко: Вы – самодостаточный одиночка. Подобная позиция характерна для:

- демонстративного типа личности, имеющего достаточно большие затруднения в сфере межличностных отношений и потому их отвергающего;
- ярких эгоцентристов, подавляющих любые формы равного сотрудничества;
- лиц, подверженных аутизму (действительно ушедших «в себя» в силу различных причин).

Шкала «О»; 14–20

По возможности Вы избегаете широкого круга общения, достаточно легко переносите одиночество и чаще предпочитаете работать в одиночку, чем в тесном взаимодействии с коллективом сотрудников. Предпочитаете работу без постоянной коммуникационной нагрузки. Эмоционально привязаны к сравнительно узкому кругу знакомых, хотя в межличностных отношениях особых затруднений не испытываете. Вы, скорее, представитель «малой» группы, тяготеющий к индивидуальному фронту работ. Весьма независимы относительно общественного мнения и способны отстаивать свою позицию перед подавляющим большинством. Индивидуальным отношениям придаете первостепенное значение по сравнению с более широкими, коллективными отношениями.

Шкала «О»; 21–27

У Вас довольно неплохие коммуникативные способности в сфере деловых и межличностных отношений, однако по возможности Вы избегаете чрезвычайно широкого круга общения; достаточно легко переносите одиночество и временами предпочитаете работать в одиночку, нежели в тесном взаимодействии с коллективом сотрудников. Наиболее оптимальной представляется работа в сравнительно небольшой группе (в которой и реализуется потребность в эмоциональной привязанности), без чрезмерных коммуникационных нагрузок. В принципе в межличностных отношениях особых затруднений не испытываете и при необходимости вполне можете проявлять эмоциональную гибкость. Вы – типичный представитель малой группы. Весьма независимы относительно общественного мнения и способны отстаивать свою позицию перед подавляющим большинством. Индивидуальным отношениям придаете первостепенное значение по сравнению с более широкими, коллективными отношениями.

Шкала «О»; 28–34

У Вас неплохие коммуникативные способности в сфере деловых и межличностных отношений, и в определенной степени Вы пытаетесь через это реализоваться. Избегаете явного одиночества, особенно в профессиональной деятельности, гораздо активнее работаете в коллективе, чем в одиночку, лучше чувствуете себя в атмосфере коллективного одобрения или всеобщего увлечения делом. Эмоционально отзывчивы в межличностных отношениях, довольно легко сходитесь с людьми и умеете поддерживать компанию. В то же время Вы больше настроены на отдельных людей и их привязанность и одобрение, чем на весь коллектив в целом. Проявляете организаторские и административные способности, то есть умеете работать с персоналом и получаете от этого удовольствие.

Шкала «О»; 35–40

У Вас хорошие коммуникативные способности в сфере деловых и межличностных отношений, и Вы вполне конкретно пытаетесь через это реализоваться. Избегаете явного одиночества или индивидуального фронта работ в своей профессиональной деятельности, гораздо активнее работаете в коллективе, любите атмосферу коллективного одобрения или всеобщего увлечения делом. Поддерживаете широкий круг знакомств, проявляя иногда даже навязчивость в установлении отношений. Эмоционально отзывчивы, этически гибки, чутко реагируете на отношения окружающих и в случае конфликта первым идете на компромисс. Довольно легко сходитесь с людьми и умеете поддерживать компанию, стараетесь гибко лавировать между интересами отдельных индивидов и коллектива (подавляющего большинства) в целом. Проявляете организаторские и административные способности, то есть стремитесь работать с персоналом и получаете от этого удовольствие. Если кратко: Вы – миротворец и душа коллектива.

Шкала «О»; 41–47

У Вас хорошие коммуникативные способности в сфере деловых и межличностных отношений, и Вы вполне настойчиво пытаетесь через это реализоваться. Избегаете явного одиночества или индивидуального фронта работ в своей профессиональной деятельности, гораздо активнее работаете в атмосфере коллективного одобрения или всеобщего увлечения делом. Любите поддерживать широкий круг знакомств, проявляя иногда даже навязчивость в установлении отношений. Эмоционально отзывчивы, этически гибки, чутко реагируете на отношения окружающих и в случае конфликта первым идете на компромисс. Довольно легко сходитесь с людьми и умеете поддерживать компанию, стараетесь гибко лавировать между интересами отдельных людей и коллектива (подавляющего большинства) в целом, однако все же больше настроены на мнение большинства, чем отдельных лиц. Проявляете организаторские и административные способности, то есть стремитесь работать с персоналом и получаете от этого удовольствие, однако чрезмерно зависимы от коллектива и мало способны противопоставить ему свои требования. Если кратко: Вы – миротворец и душа коллектива.

Шкала «О»; 48–54

У Вас отличные коммуникативные способности в сфере деловых и межличностных отношений, и Вы в значительной степени пытаетесь реализоваться в этом плане. Явно избегаете одиночества или индивидуального фронта работ в своей профессиональной деятельности, гораздо активнее работаете в атмосфере коллективного одобрения или всеобщего увлечения делом. Любите поддерживать широкий круг знакомств, проявляя навязчивость в установлении отношений. Эмоционально очень отзывчивы, этически гибки, чутко реагируете на отношения окружающих и в случае конфликта всегда первыми идете на компромисс. Довольно легко, хотя и несколько поверхностно сходитесь с людьми и умеете поддерживать компанию, стараетесь гибко лавировать между интересами отдельных людей и коллектива, при этом, однако, всегда попадая под влияние подавляющего большинства. В конфликтных ситуациях Вы – сторонник сохранения мира (статуса) путем принесения в жертву интересов отдельных лиц. Способны навязывать свои организаторские и административные способности, то есть стремитесь работать с персоналом и получаете от этого удовольствие, однако чрезмерно зависимы от коллектива и мало способны противопоставить ему свои требования.

Шкала «О»; 55–60

У Вас отличные и заметные коммуникативные способности в сфере деловых и межличностных отношений, и Вы в максимальной степени пытаетесь реализоваться в этом плане (гипертрофированный сдвиг активности в сферу межличностных отношений). Явно избегаете одиночества или индивидуального фронта работы в своей профессиональной деятельности, гораздо активнее работаете в атмосфере коллективного одобрения или всеобщего увлечения

делом. Любите поддерживать широкий круг знакомств, проявляя навязчивость в установлении отношений. Эмоционально очень отзывчивы, этически гибки, чутко реагируете на отношения окружающих и в случае конфликта первыми идете на компромисс. Довольно легко, хотя и поверхностно сходитесь с людьми и умеете поддерживать компанию, стараетесь гибко лавировать между интересами отдельных людей и коллектива, при этом, однако, всегда попадая под влияние подавляющего большинства. В конфликтных ситуациях Вы – сторонник сохранения мира (статуса) путем принесения в жертву отдельных лиц. Как правило, навязываете свои организаторские и административные способности, то есть стремитесь работать с персоналом и получаете от этого удовольствие, однако чрезмерно зависимы от коллектива и мало способны противопоставить ему свои требования.

Шкала «О»; 61 и выше

Явная демонстрация направленности личности на общение (гипертрофированный сдвиг активности в сферу межличностных отношений) – стремление при любых условиях поддерживать отношения с людьми, ориентация прежде всего на совместную деятельность, но зачастую в ущерб выполнению конкретных заданий или поддержки отдельных личностей, если это связано с риском потерять социальное одобрение большинства или вышестоящих. Предельная зависимость от группы, выраженная потребность в привязанности и эмоциональных отношениях с людьми, компромиссность и этическая лабильность (мягкость, принятие).

Шкала «Д»; 0–6

Неспособность отстаивать свою деловую стратегию и отсутствие действенных механизмов достижения конкретных результатов, отсутствие четких планов и приоритетности действий. Недостаточная «вработываемость» в проблему, выраженная тенденция избегать прямой ответственности в ситуациях, требующих личного вмешательства, попытка заменить последнее опосредованно руководящими указаниями, формализм.

Шкала «Д»; 7–13

Недостаточное упорство в отстаивании своей деловой стратегии и недостаточное наличие действенных механизмов достижения конкретных результатов, слабая разработка четких оперативных планов и приоритетности действий. Малоудовлетворительная «вработываемость» в проблему, тенденция избегать прямой ответственности в ситуациях, требующих непосредственно личного вмешательства, попытка заменить последнее опосредованно – руководящими указаниями, формализм.

Шкала «Д»; 14–20

Неспособность проявлять достаточно упорства в отстаивании своей деловой стратегии. Иногда отсутствует должное использование действенных механизмов достижения конкретных результатов. Нечеткая разработка оперативных планов и приоритетности действий, не

всегда удовлетворительная «вработываемость» в проблему. Могут проявляться тенденция избегать прямой ответственности в ситуациях, требующих непосредственно личного вмешательства, и попытка заменить последнее опосредованно – руководящими указаниями, определенный формализм.

Шкала «Д»; 20–27

Вы – исполнительный работник и стараетесь доводить начатое дело до конца. Однако иногда, в силу веских причин, можете проявлять недостаточно упорства в отстаивании своей деловой стратегии и эффективного использования действенных механизмов для достижения конкретных результатов, хотя почти всегда имеете четкую разработку оперативных планов и приоритетности действий. Как правило, хорошо представляете на уровне практического решения возникающие проблемы и предпочитаете личное оперативное вмешательство с принятием на себя ответственности, однако последнее иногда может подменяться формализмом в случае крайне неблагоприятного сложения обстоятельств. Вы – неплохой руководитель, так как чаще предпочитаете видеть прямые результаты своего труда, чем выискивать причины неудач.

Шкала «Д»; 28–34

Вы – энергичный, исполнительный работник и стараетесь доводить начатое дело до конца. Достаточно гибко, но при этом и упорно отстаиваете свою деловую стратегию и стараетесь наиболее эффективно использовать действенные механизмы для достижения конкретных результатов. Предпочитаете иметь заранее четкую разработку оперативных планов и приоритетности действий. Как правило, хорошо представляете на уровне практического решения возникающие проблемы и предпочитаете личное оперативное вмешательство с принятием на себя ответственности за руководство. Не терпите формализма и редко бросаете начатое дело. Ориентируетесь прежде всего на деловое, а не межличностное сотрудничество. Вы малоуязвимы к критике сверху или подавляющего коллективного мнения и способны отстаивать в интересах дела свое принципиальное мнение. Вы – неплохой руководитель, так как гораздо чаще предпочитаете видеть прямые результаты своего труда, чем выискивать причины неудач.

Шкала «Д»; 35–40

Вы – очень энергичный работник, исполнительный и всегда старающийся доводить начатое дело до конца, при этом нередко в более широких пределах, чем предусмотрено должностными обязанностями. Весьма энергично и упорно отстаиваете свою деловую стратегию, при этом весьма эффективно используете самые действенные механизмы для достижения конкретных результатов. Предпочитаете иметь четкую разработку оперативных планов и приоритетности действий. Как правило, хорошо представляете на уровне практического решения

возникающие проблемы и предпочитаете личное оперативное вмешательство с принятием на себя ответственности за руководство. Не терпите формализма и редко бросаете начатое дело. Какие-либо препятствия или осложнения только усиливают вашу деловую активность. Проявляете ориентацию прежде всего на деловое, а не межличностное сотрудничество, из-за чего иногда способны конфликтовать в интересах дела с подчиненными. Практически неуязвимы к критике подавляющего большинства и всегда сохраняете способность отстаивать в интересах дела свое принципиальное мнение. Вы – хороший руководитель рабочей группы или направления, так как предпочитаете видеть прямые результаты своего труда, а не выискивать причины неудач. Склонны к трудоголизму.

Шкала «Д»; 41–47

Вы – очень энергичный и инициативный работник, всегда старающийся доводить начатое дело до конца, при этом нередко в более широких пределах, чем предусмотрено вашими должностными обязанностями. Весьма энергично и упорно отстаиваете свою деловую стратегию, при этом наиболее эффективно используете самые действенные механизмы для достижения конкретных результатов. Предпочитаете иметь четкую разработку оперативных планов и приоритетности действий. Как правило, хорошо представляете на уровне практического решения возникающие проблемы и предпочитаете личное оперативное вмешательство с принятием на себя ответственности за руководство. Практически не терпите формализма и любых проволочек. Какие-либо препятствия или осложнения только усиливают вашу деловую активность. Ориентируетесь прежде всего на деловое, а не межличностное сотрудничество, из-за чего вполне способны конфликтовать в интересах дела с подчиненными. Практически неуязвимы к критике и можете выдерживать «прессинг», всегда сохраняете способность отстаивать в интересах дела свое принципиальное мнение. Вы – отличный руководитель рабочей группы или направления, так как предпочитаете видеть прямые результаты своего труда, а не выискивать причины неудач. Типичный трудоголик и желаете видеть такое же отношение к труду у своих сотрудников. Впрочем, вполне возможна сознательная демонстрация трудоголизма как наиболее желаемого делового качества.

Шкала «Д»; 48–54

Вы ориентированы исключительно на дело, даже в ущерб личной жизни. Межличностные отношения для Вас определяются прежде всего деловыми интересами и отличаются чрезмерной принципиальностью. Вы практически негибаете в отстаивании своей деловой стратегии и стремлении добиться результата любыми средствами, причем, предпочтение отдаете все же наиболее эффективным. Способны игнорировать общественное мнение и действовать в условиях крайне неблагоприятного окружения, чтобы в конечном итоге реализовать задуманное. Какие-либо препятствия или осложнения только усиливают вашу деловую актив-

ность. Вы – незаменимый и неутомимый руководитель рабочей группы или какого-либо направления, однако вследствие заметно выраженного трудоголизма можете создавать чрезмерно требовательную и напряженную атмосферу в рабочем коллективе. Идеальны как индивидуальный работник, однако для Вас существует опасность некоторого «застревания» и сужения вашего внутреннего мира исключительно на деловых интересах. Впрочем, вполне вероятны сознательная демонстрация и усиление трудоголизма как наиболее желаемого качества характера.

Шкала «Д»; 55–60

Вы демонстрируете трудоголизм как предельно акцентуированную (выраженную, доминантную) форму деловой активности. Ориентированы исключительно на дело. Концентрация усилий достигается также за счет сужения других интересов и в ущерб личной жизни. Практически негибаемы в отстаивании своей деловой стратегии и использовании самых эффективных средств достижения цели. Возможна установка на достижение конкретного результата любой, пусть и дорогой ценой. В межличностных отношениях основной критерий ценности – польза делу. Склонны выдерживать длительные конфликты, если это неизбежно на пути к цели. Какие-либо препятствия или сложности только усиливают вашу активность. Вы – незаменимый и неутомимый руководитель рабочей группы или какого-либо направления, однако вследствие заметно выраженного трудоголизма можете создавать чрезмерно требовательную и напряженную атмосферу в рабочем коллективе. Вы идеальны как индивидуальный работник, однако для Вас существует серьезная опасность «застревания» и еще большего сужения внутреннего мира исключительно на деловых интересах. Впрочем, вполне вероятны сознательная демонстрация и усиление трудоголизма как наиболее желаемого качества характера.

Шкала «Д»; 61 и выше

Для Вас характерна направленность на дело – заинтересованность в решении деловых проблем и достижении конкретного результата прежде всего, выполнение работы наиболее эффективными средствами, ориентация на деловое, а не межличностное сотрудничество, способность отстаивать в интересах дела собственное мнение и действовать вопреки сложившемуся, трудоголизм как характерное личностное качество. Однако предельная акцентуированность (выраженность) указанных качеств ставит под сомнение достоверность полученных результатов и позволяет думать о ярко выраженной демонстрации своих деловых достоинств или же о достаточно глубоком искажении самоосознания.

МЕТОДИКА ВЫЯВЛЕНИЯ «КОММУНИКАТИВНЫХ И ОРГАНИЗАТОРСКИХ СКЛОННОСТЕЙ» (КОС– 2)

Автор Е.Ю. Бруннер

(Батаршев А.В. Психодиагностика в управлении: практическое руководство. – М.: Дело, 2005. – 496с.)

ОПИСАНИЕ

Данная методика предназначена для выявления коммуникативных и организаторских склонностей личности (умение четко и быстро устанавливать деловые и товарищеские контакты с людьми, стремление расширять контакты, участие в групповых мероприятиях, умение влиять на людей, стремление проявлять инициативу и т. д.).

Методика содержит 40 вопросов, на каждый из которых обследуемый должен дать ответ «да» или «нет». Время выполнения методики 10– 15 мин.

ОБРАБОТКА

Ключ:

Коммуникативные склонности

(+) Да: 1, 5, 9, 13, 17, 21, 25, 29, 33, 37

(–) Нет: 3, 7, 11, 15, 19, 23, 27, 31, 35, 39

Организаторские склонности

(+) Да: 2, 6, 10, 14, 18, 22, 26, 30, 34, 38

(–) Нет: 4, 8, 12, 16, 20, 24, 28, 32, 36, 40

Подсчитывается количество совпадающих с ключом ответов по каждому разделу методики, затем вычисляется оценочный коэффициент по формуле:

$K = 0,05 \cdot C$, где K – величина оценочного коэффициента;

C – количество совпадающих с ключом ответов.

ИНТЕРПРЕТАЦИЯ

Оценочный коэффициент может варьировать от 0 до 1. Показатели, близкие к 1, говорят о высоком уровне, близкие к 0 – о низком уровне. Первичные показатели могут быть переведены в баллы, свидетельствующие о разных уровнях изучаемых умений.

Уровни склонностей		Оценочный коэффициент	
		Коммуникативные склонности:	Организаторские склонности
I	низкий	0,10—0,45	0,20—0,55
II	ниже среднего	0,46—0,55	0,56—0,65
III	средний	0,56—0,65	0,66—0,70
IV	высокий	0,66—0,75	0,71—0,80
V	очень высокий	0,76—1,00	0,81—1,00

Бланк

1		11		21		31	
2		12		22		32	
3		13		23		33	
4		14		24		34	
5		15		25		35	
6		16		26		36	
7		17		27		37	
8		18		28		38	
9		19		29		39	
10		20		30		40	

Текст опросника

1. Есть ли у Вас стремление к изучению людей и установлению знакомств с различными людьми?
2. Нравится ли Вам заниматься общественной работой?
3. Долго ли Вас беспокоит чувство обиды, причиненной Вам кем-либо из Ваших товарищей?
4. Всегда ли Вам трудно ориентироваться в создавшейся критической ситуации?
5. Много ли у Вас друзей, с которыми Вы постоянно общаетесь?
6. Часто ли Вам удается склонить большинство своих товарищей к принятию ими Вашего мнения?
7. Верно ли, что Вам приятнее и проще проводить время с книгами или за каким-либо другим занятием, чем с людьми?
8. Если возникли некоторые помехи в осуществлении Ваших намерений, то легко ли Вам отказаться от своих намерений?
9. Легко ли Вы устанавливаете контакты с людьми, которые значительно старше Вас по возрасту?
10. Любите ли Вы придумывать или организовывать со своими товарищами различные игры и развлечения?
11. Трудно ли Вам включаться в новые для Вас компании (коллективы)?
12. Часто ли Вы откладываете на другие дни дела, которые нужно было бы выполнить сегодня?
13. Легко ли Вам удается устанавливать контакты и общаться с незнакомыми людьми?
14. Стремитесь ли Вы добиться, чтобы Ваши товарищи действовали в соответствии с Вашим мнением?

15. Трудно ли Вы осваиваетесь в новом коллективе?
16. Верно ли, что у Вас не бывает конфликтов с товарищами из-за невыполнения ими своих обещаний, обязательств, обязанностей?
17. Стремитесь ли Вы приудобном случае познакомиться и побеседовать с новым человеком?
18. Часто ли в решении важных дел Вы принимаете инициативу на себя?
19. Раздражают ли Вас окружающие люди, и хочется ли Вам побыть одному?
20. Правда ли, что Вы обычно плохо ориентируетесь в незнакомой для Вас обстановке?
21. Нравится ли Вам постоянно находиться среди людей?
22. Возникает ли у Вас раздражение, если Вам не удастся закончить начатое дело?
23. Испытываете ли Вы затруднение, если приходится проявлять инициативу, чтобы познакомиться с новым человеком?
24. Правда ли, что Вы утомляетесь от частого общения с товарищами?
25. Любите ли Вы участвовать в коллективных играх?
26. Часто ли Вы проявляете инициативу при решении вопросов, затрагивающих интересы Ваших товарищей?
27. Правда ли, что Вы чувствуете себя неуверенно среди незнакомых людей?
28. Верно ли, что вы редко стремитесь к доказательству своей правоты?
29. Полагаете ли, что Вам не представляет особого труда внести оживление в мало-знакомую группу?
30. Принимаете ли Вы участие в общественной работе в школе (на производстве)?
31. Стремитесь ли Вы ограничить круг своих знакомых?
32. Верно ли, что Вы не стремитесь отстаивать свое мнение или решение, если оно не было сразу принято товарищами?
33. Чувствуете ли Вы себя непринужденно, попав в незнакомый коллектив?
34. Охотно ли Вы приступаете к организации различных мероприятий для своих товарищей?
35. Правда ли, что Вы не чувствуете себя достаточно уверенным и спокойным, когда приходится говорить что-либо большой группе людей?
36. Часто ли Вы опаздываете на деловые встречи, свидания?
37. Верно ли, что у Вас много друзей?
38. Часто ли Вы оказываетесь в центре внимания своих товарищей?
39. Часто ли Вы смущаетесь, чувствуете неловкость при общении с малознакомыми

людьми?

40. Правда ли, что Вы не очень уверенно чувствуете себя в окружении большой группы своих товарищей?

**Тестовое задание по деловому общению: «Управленческие действия»
(самооценка практических навыков искусства общения и решения
конкретных деловых ситуаций)**

(Психология и этика делового общения : учебник для вузов / В.Ю. Дорошенко, Л.И. Зотова, В.Н. Лавриненко и др. ; под ред. проф. В.Н. Лавриненко. – 2– е изд., перераб. и доп. – Москва : Культура и спорт, ЮНИТИ, 1997. – 279 с.)

В круг служебных обязанностей управляющего входит много вопросов, в частности, исполнения указаний, исходящих от вышестоящих инстанций. Управляющий должен решить, как именно добиться реализации этих указаний, как мобилизовать на это подчиненных и т.д. Однако вышестоящее руководство может не дать четких указаний, не определить конкретные цели.

Как должен действовать управляющий в этих случаях? Какой вариант действий выбрать?

А. Запросить необходимые указания у начальства.

Б. Проанализировать обстановку, определить, что необходимо сделать по собственной инициативе в интересах своей организации, и приступить к действиям по мобилизации персонала на решение выявленных задач.

В. Отсутствие четких указаний и постановки конкретных целей со стороны вышестоящей инстанции может объясняться тем, что там считают нецелесообразным и несвоевременным принимать поспешные решения. Поэтому предпринимать какие-либо практические действия лучше только после того, как поступят указания сверху.

Комментарий. Определение основных направлений деятельности организации и ее целей – обязанность высшего управленческого звена. Однако в организациях со сложным механизмом управления, огромными масштабами работы, большой географической рассредоточенностью предприятий высшие управляющие не всегда имеют возможность дать четкие инструкции и определить наиболее оптимальные направления и цели деятельности для каждого конкретного участка работы. В подобных условиях нельзя ждать или добиваться указаний от вышестоящего руководства, нельзя занимать пассивную, выжидательную позицию. Нужно действовать самостоятельно и инициативно. При этом будет правильным, если управляющий возьмет всю ответственность за принятые меры на себя. Правильный ответ: вариант Б.

Тест «Самооценка делового общения»

(Леонов И. Г. Познай себя и других : популярные тесты / Леонов И. Г.

– 3– е изд. – Москва : Маркетинг, 1999. – 400 с.)

Предлагаем тест для оценки Вашего личного стиля делового общения.

Выберите утверждение, которое в наибольшей степени соответствует вашему поведению. При этом будьте, пожалуйста, внимательны: при ответах ни одна пара не должна быть пропущена, нельзя также выбирать оба утверждения. Старайтесь отвечать спонтанно. Тест построен таким образом, что ни одно из приведенных ниже утверждений не является ошибочным.

1. Я люблю действовать.
2. Я работаю над решением проблем систематическим образом.
3. Я считаю, что работа в командах более эффективна, чем на индивидуальной основе.
4. Мне очень нравятся различные нововведения.
5. Я больше интересуюсь будущим, чем прошлым.
6. Я очень люблю работать с людьми.
7. Я люблю принимать участие в организованных встречах.
8. Для меня очень важными являются окончательные сроки.
9. Я против откладывания и проволочек.
10. Я считаю, что новые идеи должны быть проверены, прежде чем они будут применяться на практике.
11. Я очень люблю взаимодействовать с другими людьми. Это меня стимулирует и вдохновляет.
12. Я всегда стараюсь искать новые возможности.
13. Я сам люблю устанавливать новые цели, планы и т. п.
14. Если я что-либо начинаю, то доделываю это до конца.
15. Обычно я стараюсь понять эмоциональные реакции других.
16. Я создаю проблемы другим людям.
17. Я надеюсь получить реакцию других на свое поведение.
18. Я нахожу, что действия, основанные на принципе «шаг за шагом», являются очень эффективными.
19. Я думаю, что могу хорошо понимать поведение и мысли других.
20. Я люблю творческое решение проблем.
21. Я все время строю планы на будущее.

22. Я восприимчив(а) к нуждам других.
23. Хорошее планирование – ключ к успеху.
24. Меня раздражает слишком подробный анализ.
25. Я остаюсь невозмутимым(ой), если на меня оказывают давление.
26. Я очень ценю опыт.
27. Я прислушиваюсь к мнению других.
28. Говорят, что я быстро соображаю.
29. Сотрудничество является для меня ключевым словом.
30. Я использую логические методы для анализа вариантов.
31. Я люблю одновременно работать над разными проектами.
32. Я постоянно задаю себе вопросы.
33. Делая что-либо, я тем самым учусь.
34. Я полагаю, что руководствуюсь рассудком, а не эмоциями.
35. Я могу предсказать, как другие будут вести себя в той или иной ситуации.
36. Я не люблю вдаваться в детали.
37. Анализ всегда должен предшествовать действиям.
38. Я могу оценивать климат в группе.
39. У меня есть склонность не заканчивать начатые дела.
40. Я воспринимаю себя как решительного человека.
41. Я ищу такие дела, которые бросают мне вызов.
42. Я основываю свои действия на наблюдении и фактах.
43. Я могу открыто выразить свои чувства.
44. Я люблю формулировать и определять контуры новых проектов.
45. Я очень люблю читать.
46. Я воспринимаю себя как человека, способного организовывать деятельность других.
47. Я не люблю заниматься одновременно несколькими делами.
48. Я люблю достигать поставленных целей.
49. Мне нравится узнавать что-либо о других людях.
50. Я люблю разнообразие.
51. Считаю, что факты говорят сами за себя.
52. Я использую свое воображение, насколько это возможно.
53. Меня раздражает длительная, кропотливая работа.
54. Мой мозг никогда не перестает работать.
55. Важному решению предшествует подготовительная работа.
56. Я глубоко уверен(а) в том, что люди нуждаются друг в друге, чтобы завершить работу.

57. Я обычно принимаю решение, особо не задумываясь.
58. Эмоции только создают проблемы.
59. Я люблю быть таким же (такой же), как другие.
60. Я не могу быстро прибавить два к одному.
61. Я применяю свои новые идеи к людям.
62. Я верю в научный подход.
63. Я люблю, когда дело сделано.
64. Хорошие отношения необходимы.
65. Я импульсивен (импульсивна).
66. Я нормально воспринимаю различия в людях.
67. Общение с другими людьми значимо само по себе.
68. Я люблю, когда меня интеллектуально стимулируют.
69. Я люблю организовывать что-либо.
70. Я часто перескакиваю с одного дела на другое.
71. Общение и работа с другими являются творческим процессом.
72. Самоактуализация является для меня крайне важной.
73. Мне очень нравится играть идеями.
74. Я не люблю попусту терять время.
75. Я люблю делать то, что у меня получается.
76. Взаимодействуя с другими, я учусь.
77. Абстракции интересны для меня.
78. Мне нравятся детали.
79. Я люблю кратко подвести итоги, прежде чем прийти к какому-либо умозаключению.
80. Я достаточно уверена в себе.

Ключ к тестовому заданию «Самооценка делового общения»

В шкалах, приведенных ниже, обведите те номера, на которые Вы ответили положительно, и подсчитайте количество набранных Вами баллов по каждому из четырех стилей (один положительный ответ равен одному баллу). Максимальное количество баллов по каждому стилю может быть 20. Если Вы получили по тому или иному стилю более 20 баллов, значит, Вы где-то ошиблись в подсчетах. Всего же у Вас сумма баллов по четырем стилям должна быть равна 40.

Стиль 1 – 1, 8, 9, 13, 17, 24, 26, 31, 33, 40, 41, 48, 50, 53, 57, 63, 65, 70, 74, 79

Стиль 2 – 2, 7, 10, 14, 18, 23, 25, 30, 34, 37, 42, 47, 51, 55, 58, 62, 66, 69, 75, 78

Стиль 3 – 3, 6, 11, 15, 19, 22, 27, 29, 35, 38, 43, 46, 49, 56, 59, 64, 67, 71, 76, 80

Стиль 4 – 4, 5, 12, 16, 20, 21, 28, 32, 36, 39, 44, 45, 52, 54, 60, 61, 68, 72, 73, 77

Описание стилей:

Стиль 1 – основное внимание уделяется действиям (ориентация на действия). Для людей, использующих этот стиль, характерно обсуждение результатов; конкретных вопросов; поведения; продуктивности; эффективности; продвижения вперед; ответственности; подтверждений; опыта; препятствий; достижений; изменений; решений. Эти люди прагматичны; прямолинейны; часто взволнованы; решительны; быстры (переключаются с одного вопроса на другой); энергичны (что порой составляет проблему для партнера).

Стиль 2 – основное внимание уделяется процессу (ориентация на процесс). Для людей, использующих этот стиль, характерно обсуждение фактов; процедурных вопросов; планирования; проверки; апробирования; анализа; наблюдений; доказательств; деталей. Эти люди ориентированы на систематичность; последовательность; причинно-следственные связи; честны; многословны; мало эмоциональны; тщательны; методичны.

Стиль 3 – основное внимание уделяется человеческим взаимоотношениям, проблемам (ориентация на людей). Для людей, использующих этот стиль, характерно обсуждение людей в целом; человеческих нужд; человеческих мотивов; работы в команде; проблем общения; чувств; «духа работы в команде»; понимания; саморазвития; восприимчивости; осознанности; сотрудничества; убеждений; ценностей; ожиданий; отношений. Эти люди спонтанны; сопереживающие; психологически ориентированны; эмоциональны; восприимчивы; чувствительны.

Стиль 4 – основное внимание уделяется человеческим взаимоотношениям, проблемам людей (ориентация на людей). Для людей, использующих этот стиль, характерно обсуждение концепций; нововведений; творческого подхода; возможностей; вероятностей; больших планов; различных вопросов; новшеств в данной области; взаимозависимости; новых путей; новых методов; улучшений; проблем.

**Тест «Ваш уровень общительности»
(Карелина А. А. Психологические тесты / Карелина А. А. – Москва : ВЛАДОС,
2004. – 312 с.)**

Этот тест поможет взглянуть на себя «со стороны», узнать, достаточно ли Вы коммуникабельны, корректны в отношениях со своими коллегами, сотрудниками, членами семьи На каждый из вопросов отвечайте быстро и однозначно: «да», «нет», «иногда».

1. Вам предстоит ординарная или деловая встреча. Выбивает ли Вас ее ожидание из колеи?

2. Вызывает ли смятение или неудовольствие поручение выступить с докладом, сообщением, информацией на каком-либо совещании, собрании?
3. Не откладываете ли Вы визит к врачу до последнего момента?
4. Вам предлагают поехать в командировку в город, где никогда не бывали. Приложите ли Вы максимум усилий, чтобы избежать этой командировки?
5. Любите ли Вы делиться своими переживаниями с кем бы то ни было?
6. Раздражаетесь ли, если незнакомый человек на улице обратится к Вам с просьбой (показать дорогу, назвать время, ответить на вопрос)?
7. Верите ли, что существует проблема «отцов и детей» и что людям разных поколений трудно понимать друг друга?
8. Постесняетесь ли Вы напомнить знакомому, что он забыл вернуть Вам деньги, которые занял несколько месяцев назад?
9. В кафе или столовой Вам подали явно недоброкачественное блюдо. Промолчите ли Вы, лишь рассержено отодвинув тарелку?
10. Оказавшись один на один с незнакомым человеком, Вы не вступите с ним в беседу и будете тяготиться, если первым заговорит он?
11. Вас приводит в ужас любая длинная очередь. Предпочитаете ли Вы отказаться от своего намерения или встанете в хвост и будете томиться в ожидании?
12. Бойтесь ли участвовать в какой-либо комиссии по рассмотрению конфликтных ситуаций?
13. У Вас есть собственные сугубо индивидуальные критерии оценки произведений литературы, живописи, культуры и никаких чужих мнений на этот счет не приемлете?
14. Услышав где-либо в кулуарах высказывание явно ошибочной точки зрения по хорошо известному Вам вопросу, предпочитаете ли промолчать и не вступать в спор?
15. Вызывает ли у Вас досаду чья-либо просьба разобраться в том или ином служебном вопросе или учебной теме?
16. Охотнее ли Вы излагаете свою точку зрения (мнение, оценку) в письменной форме, чем в устной?

Ключ к тестовому заданию «Ваш уровень общительности»

Оценка результатов: «да» – 2 очка, «иногда» – 1 очко, «нет» – 0 очков. Полученные баллы просуммируйте и по классификатору определите, к какой категории относитесь.

От 30 до 32 баллов – Вы явно некоммуникабельны, и это ваша беда, так как от этого страдаете не только Вы сами, но и близкие Вам люди. Старайтесь быть общительней, контролируйте себя.

От 25 до 29 баллов – Вы замкнуты, неразговорчивы, предпочитаете одиночество, новая работа и необходимость новых контактов выводят Вас из равновесия. Вы знаете эту особенность Вашего характера и бываете недовольны собой, поэтому в Вашей власти переломить особенности характера.

От 19 до 24 баллов – Вы в известной степени общительны и в незнакомой обстановке чувствуете себя вполне уверенно. Однако с новыми людьми сходитесь с оглядкой, в спорах и диспутах участвуете неохотно.

От 14 до 18 баллов – у Вас нормальная коммуникабельность. Вы любознательны, охотно слушаете собеседника, достаточно терпеливы в общении с другими, отстаиваете спокойно свою точку зрения, в тоже время не любите шумных компаний, а многословие вызывает у Вас раздражение.

От 9 до 13 баллов – вы весьма общительны, любопытны, разговорчивы, любите высказываться по различным вопросам, охотно знакомитесь с новыми людьми, бываете в центре внимания, никому не отказываете в просьбах, хотя не всегда можете их выполнить. Чего вам не хватает, так это усидчивости, терпения и отваги при столкновении с серьезными проблемами. При желании это легко исправить.

От 4 до 8 баллов – общительность бьет у Вас ключом, Вы всегда в курсе всех дел, охотно принимаете участие во всех дискуссиях, охотно берете слово, по любому поводу принимаетесь за любое дело, хотя не всегда можете успешно довести его до конца. По этой причине коллеги и руководители относятся к Вам с некоторой опаской и сомнениями.

От 3 баллов и менее – Ваша коммуникабельность носит болезненный характер. Вы говорливы, вмешиваетесь в дела, которые не имеют к Вам никакого отношения, вольно или невольно часто бываете причиной разного рода конфликтов. Вспыльчивы, обидчивы, необъективны. Людям на работе и дома трудно с вами. Подумайте над этим.

Тест «Стиль делового общения»

(Бороздина Г. В. Психология делового общения : учебник / Бороздина Г. В. – 2–е изд. – Москва : ИНФРА–М. 2004. – 148 с.)

Чтобы жить в обществе, совсем не обязательно обладать всеми теми способностями, которые вырабатывают в себе дипломаты. Но если Вы все же обладаете секретами умелого ведения бесед, это сильно облегчает отношения с окружающими и помогает лучше достигать своих целей даже в условиях конкуренции. Предлагаемый ниже тест и призван помочь разобраться, одарены ли Вы такой способностью или Вам надо срочно приложить усилия, чтобы

овладеть хотя бы минимумом дипломатических навыков. На каждый вопрос необходимо выбрать один вариант ответа.

1. Во время переговоров на чем Вы настаиваете?
 - а) на соглашении;
 - б) на своем решении;
 - в) на использовании объективных критериев при выборе решения.
2. Стремитесь ли Вы во время переговоров к единственному решению?
 - а) стремлюсь к единственному ответу, приемлемому для друзей;
 - б) стремлюсь к единственному ответу, приемлемому для себя;
 - в) предоставляю множество вариантов на выбор.
3. Ради соглашения идете на уступки или требуете преимуществ?
 - а) примиряюсь с односторонними потерями ради достижения соглашения;
 - б) требую односторонних преимуществ в награду за соглашение;
 - в) продумываю возможность взаимной выгоды.
4. При проведении переговоров намечаете ли Вы «нижнюю границу» – то есть результат переговоров, выраженный в виде худшего из допустимых вариантов?
 - а) открываю свою «нижнюю границу»;
 - б) скрываю свою «нижнюю границу»;
 - в) не устанавливаю «нижнюю границу».
5. Во время переговоров Вы выдвигаете предложения или прибегаете к угрозам?
 - а) прибегаю к угрозам;
 - б) изучаю интересы сторон;
 - в) выдвигаю предложения.
6. Во время переговоров меняете ли Вы свои позиции?
 - а) легко меняю позиции;
 - б) твердо придерживаюсь намеченных направлений;
 - в) сосредоточиваюсь на выгодах, а не на позициях.
7. Во время переговоров доверяете ли Вы их участникам?
 - а) да;
 - б) нет;
 - в) действую независимо от доверия или недоверия.
8. Требовательно ли Вы относитесь к участникам переговоров и решениям?
 - а) да;
 - б) нет;
 - в) стараюсь быть мягким к участникам переговоров и требовательным к решениям.

9. Ради сохранения отношений идете ли Вы на уступки в ходе переговоров?

- а) уступаю ради сохранения отношений;
- б) требую уступок в качестве условия продолжения отношений;
- в) отдаляю спор между людьми от решения задачи переговоров.

Если у Вас преобладают ответы «а», Ваш стиль переговоров – уступчивость, а цель – соглашение.

Если у Вас больше ответов на «б», Ваш стиль – жесткость, давление. Цель – только победа.

Если больше ответов «в», Ваш стиль – сотрудничество. Цель – разумное решение, полученное быстро и в полном согласии.

**«Оценка Вашего поведения на деловых переговорах»
(Бороздина Г. В. Психология делового общения : учебник / Бороздина Г. В. – 2-е
изд. – Москва : ИНФРА– М. 2004. – 148 с.)**

Сейчас общепризнанно, что умение руководителя правильно вести себя на переговорах с деловым партнером не приходит автоматически и даже личный опыт не всегда помогает искусству переговоров.

1. Вы ведете переговоры с партнером о совместной деятельности по созданию СП. Чем будет интересоваться в наибольшей степени Ваш будущий партнер во время первой встречи?

- а) затратами на производство;
- б) Вашей надежностью и долей на рынке;
- в) стилем управления предприятия.

2. Как поступит партнер, стремясь продать товар, услугу?

- а) завысит цену на 15 процентов, а затем пойдет на уступки;
- б) занизит цену на 15 процентов, а затем при обсуждении накладных расходов повысит ее;
- в) сразу предлагает рыночную цену.

3. В какой момент иностранный партнер обычно принимает решение по итогам переговоров?

- а) непосредственно на официальной встрече за столом переговоров;
- б) по итогам голосования высокопоставленных сотрудников фирмы.

4. Каков, по-Вашему, лучший способ убедить партнера по переговорам принять Ваши деловые предложения?

- а) склонить на свою сторону каждого из членов делегации по отдельности;

б) продемонстрировать возможность скорого получения прибыли от предлагаемой сделки;

в) продемонстрировать честность и искреннее стремление решить все проблемы к взаимной выгоде.

5. Каким изначально должно быть Ваше предложение деловому партнеру?

а) конкретным и бескомпромиссным;

б) сформулированным в общей форме;

в) вручено другой стороне до начала переговоров, чтобы продемонстрировать, как

Вы цените время партнера.

6. В процессе переговоров другая сторона хранит длительное молчание. Что это означает?

а) несогласие с Вашими предложениями и нежелание идти на конфликт;

б) удовлетворенность Вашими предложениями;

в) внимательное изучение Ваших предложений и стремление не пропустить деталей.

7. По чьему предложению другая сторона участников переговоров принимает решение о подписании контракта?

а) самого высокопоставленного члена делегации;

б) младших по положению членов делегации;

в) служащих среднего звена.

8. Если другая сторона по переговорам заинтересуется Вашим предложением, как она это продемонстрирует?

а) попросит Вас назначить цены на представляемые товары;

б) попросит представить образцы товаров;

в) пригласит Вашу делегацию на обед;

г) сделает «а», «б» и «в» одновременно.

9. Чем следует руководствоваться в переговорах с иностранными бизнесменами?

а) отдавать предпочтение деловой переписке, а не личным встречам;

б) приглашать другую сторону на переговоры в свою страну;

в) иметь в виду, что до подписания контракта Вам придется 2 – 3 раза посетить другую страну.

10. Как поведет себя другая сторона, если проявит к Вам интерес как к потенциальному партнеру?

а) представит Вас кому-либо из руководителей фирмы;

б) предложит Вам контракт до Вашего возвращения на родину;

в) пригласит Вас снова посетить их страну через 2–3 месяца.

11. Ваш потенциальный партнер по переговорам просит Вас приехать в их страну на несколько дней. Что это может означать?

- а) у другой стороны готов для подписания контракт;
- б) другая сторона рассчитывает на уступки с Вашей стороны;
- в) другая сторона рассчитывает на Ваше непосредственное участие в окончательной доработке контракта.

Ключ к тестовому заданию «Как вести себя на переговорах?»

Варианты ответов могут быть разными, а оптимальные выглядят так: 1б, 2в, 3а, 4в, 5б, 6в, 7а, 8а, 9в, 10в, 11в.

Деловая игра «Корпоративные переговоры по телефону»

«Говорите не так, чтобы вас можно было понять, а говорите так, чтобы вас нельзя было не понять»

Деловая игра «Корпоративные переговоры по телефону» представляет собой обучающую игру, имитирующую один из аспектов корпоративного общения сотрудников компании ООО Айзак Консалтинг (ISACConsultingGmbH). Это активная форма (внутрифирменного) обучения, в ходе которой формируется и/или совершенствуется компетенция корпоративного общения.

В соответствии с целями формирования компетенции корпоративного общения, деловая игра «Переговоры по телефону» позволяет заинтересовать сотрудников компании, удовлетворить их потребность в формировании компетенции корпоративного общения, а также способствует совершенствованию навыков владения немецким языком (для русскоговорящих сотрудников компании).

Функциональная цель деловой игры «Корпоративные переговоры по телефону» – выработать у сотрудников компании умения, необходимые для формирования компетенции корпоративного общения, а также навыки владения профессиональной речью на основе симитированной игровой ситуации переговоров на немецком языке.

Деловая игра «Корпоративные переговоры по телефону» имела также три педагогические цели:

1. Обучение корпоративному общению: активизирует владение монологической и диалогической речью.
2. Профессиональная цель: активизирует профессиональную заинтересованность сотрудников компании.
3. Обучение иностранному языку (немецкому языку) для русскоговорящих сотрудников компании: активизирует владение иностранным языком: умения и навыки использования профессиональной лексики, грамматическую и синтаксическую правильность устной и письменной речи.

Необходимо отметить, что учебная цель игры отличалась от целей действий ее участников. Так, учебная цель игры была поставлена и известна преподавателю. Сотрудники компании ставили перед собой цели исходя из своих «должностей» (ролей). Участникам игры (сотрудникам компании) до момента ее разбора не были известны учебные цели игры, так как это могло повлиять на их действия.

Использование деловой игры «Корпоративные переговоры по телефону» в процессе формирования компетенции корпоративного общения предполагало включение в учебный процесс следующих этапов.

1. Предыгровое обучение. На данном этапе проводилась подготовка сотрудников компании к деловой игре «Корпоративные переговоры по телефону» и подразумевало реализацию системы практических заданий, включающей три основные группы:

1) задания, развивающие навыки работы с информационно – коммуникационными технологиями; обработка корпоративной лексики: деловой, этикетной и профессиональной;

2) задания, развивающие компетенцию корпоративного общения: умение подготовить и произнести монологическое высказывание; навыки участия в диалогическом корпоративном общении; умение составлять корпоративные документы;

3) задания, развивающие умения и навыки корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий: подбор, составление текстов корпоративной тематики с заданиями к ним.

2. Определение темы игры. На данном этапе была определена тема игры, которая в первую очередь вытекала из содержания внутрифирменного обучения, на основе критерия ее значимости и актуальности для подготовки сотрудников компании.

Определение темы деловой игры конкретизировало учебную цель. Переговоры по телефону – это коммуникация между сторонами для достижения своих целей, при которой каждая из сторон имеет равные возможности в контроле ситуации и принятии решения. В узком смысле рассматривается как один из методов альтернативного урегулирования споров. В более широком смысле, переговоры, в том числе и по телефону – это коммуникационное взаимодействие людей или социальных групп. В процессе общения между участниками коммуникации происходит обмен разного рода информацией. Под телефонными переговорами понимается речевое общение между собеседниками, которые «обладают необходимыми полномочиями от своих организаций (учреждения, фирмы и т.д.) для установления деловых отношений, разрешения спорных вопросов или выработки конструктивного подхода к их решению». Телефонные переговоры являются одной из форм корпоративного общения. Это значит, что в отличие от деловых бесед и совещаний по телефону, которые могут проводиться в рамках какой-либо организации (учреждения, фирмы и т.п.) между его сотрудниками, переговоры – процесс, участники которого являются представителями хотя бы двух сторон (учреждений, фирм и т.д.), уполномоченных осуществлять, соответствующие деловые контакты и заключать договоры на иностранном языке. В деловом разговоре по телефону роли собеседников ничем не отличаются от таковых в непосредственных контактах.

Участники делового телефонного общения, обладая определенным статусом (профессиональным, социальным, культурным), в процессе переговоров исполняют роли, обусловленные характером коммуникативной ситуации.

Общение по телефону нельзя рассматривать лишь как «отправление информации какой-то передающей системой или как прием ее другой системой потому, что в отличие от простого «движения информации» между двумя устройствами» [180], здесь мы имеем дело с отношениями двух индивидов, каждый из которых является активным субъектом. Обмен информацией между ними предполагает налаживание совместной деятельности. Это значит, что каждый участник иноязычного общения по телефону предполагает активность также и своего партнера, он не может рассматривать его как некий объект.

Другой участник предстает тоже как субъект, и отсюда следует, что, направляя ему информацию, на него необходимо ориентироваться, т.е. анализировать его мотивы, цели, установки.

Поэтому в процессе телефонной коммуникации происходит не простое движение информации, а, как минимум, активный обмен ею. Главная особенность которого заключается в том, что здесь особую роль играет для каждого участника коммуникации «значимость информации, потому что люди не просто обмениваются значениями, но и стремятся при этом выработать общий смысл. Это возможно, но лишь при условии, что информация не просто принята, но и понята, осмысленна [180]. Суть коммуникации по телефону – не просто взаимное информирование, а совместное постижение предмета коммуникации.

Таким образом, процесс иноязычного общения по телефону предполагает отношения в системе «субъект – субъект».

Культура речи и эффективность общения в телефонных переговорах нередко связаны напрямую. Именно переговоры (межличностные или групповые) предполагают обсуждение конкретного предмета с конкретной целью. Достижение цели переговоров всегда связано с выработкой совместной программы действий по какому-либо направлению деятельности. Каждый из участников переговоров руководствуется своими намерениями, мотивами, целями. Важную роль при этом играют языковые средства, используемые в деловой речи по телефону. Деловая речь по телефону, как и обычная деловая речь, в основе своей состоит из устойчивых оборотов, наполнена готовыми языковыми формулами и оборотами речи, которые позволяют говорящему не тратить время на поиск определений, характеризующих деловые ситуации.

Особенностями деловой речи являются: сильное, в сравнении с другими языковыми стилями, сужение диапазона используемых языковых средств; высокая степень повторяемости (частотность отдельных языковых форм на определенных участках телефонной речи); терминологизация официально-деловой речи, т.е. частое использование слов и сочетаний

слов, значение которых обусловлено в пределах какой-либо специальности. Причем многие термины, используемые в телефонной деловой речи, широко применяются в разных областях знания, поэтому потеряли свой узкоспециальный характер и перешли в разряд общеупотребительных.

Необходимыми атрибутами деловой телефонной речи являются полнота и своевременность информации, ее точность и лаконизм.

Сложность проведения переговоров зависит от таких субъективных факторов, как коммуникативные способности, навыки, умение деловых партнеров, от опыта в этой области, темперамента участников, их специальности и др. Поэтому форма переговоров весьма удобна для разыгрывания и обладает большими возможностями для формирования компетенции корпоративного общения.

3. Формирование учебной цели. Имитируемая профессиональная ситуация переговоров по телефону, по условиям проведения деловой игры, является своеобразным фоном, на котором осуществляется основная учебная цель: формирование компетенции корпоративного общения. При формировании учебной цели мы учитывали мнение Ю. Д. Красовского [106], который утверждает, что если проигрывается только корпоративная деятельность и не обращается внимание на формы корпоративного общения, то деловая игра воспроизводит лишь *модели экономического поведения*; если же главное внимание обращается на корпоративное общение и недооценивается корпоративная деятельность, то в деловой игре воспроизводятся те или иные модели социального поведения. И в том, и в другом случае деловая игра оказывается методологически неполной: она разрывает единство делового поведения личности либо превращая его в узкоэкономический феномен, либо излишне психологизируя его.

Нами были определены следующие учебные цели деловой игры:

- ускорить и сделать более направленным процесс формирования компетенции корпоративного общения;
- обучить умению быстро и правильно принимать решения корпоративного характера;
- поставить участников игры в условия корпоративного общения, в которых они должны в процессе принятия решений учитывать их эффективность и влияние на конечные результаты деловой игры;
- обучить участников игры четкому взаимодействию в процессе подготовки и реализации решений в условиях корпоративного общения, эффективному распределению прав и обязанностей между ними;
- обеспечить понимание взаимодействия устной и письменной речи в процессе реального корпоративного общения;

– проверить умение пользоваться материалом тренинга.

4. Выбор объекта имитации. В качестве объекта имитации были выбраны корпоративные переговоры по телефону. Под корпоративными переговорами по телефону можно понимать как формальное, так и неформальное корпоративное общение. Корпоративные переговоры по телефону необходимы, прежде всего, для того, чтобы совместно с партнером обсудить проблему, которая представляет взаимный интерес, и принять совместное решение. При выборе объекта имитации были также учтены: интересы участников игры, их ожидания, личный опыт; корпоративная культура компании.

5. Основной этап игры. Данный этап деловой игры «Корпоративные переговоры по телефону» был сформирован на основе структуры телефонных переговоров как вида профессиональной деятельности.

Анализ многочисленных корпоративных телефонных переговоров на русском и немецком языках позволяет выделить наиболее характерные для подобной речи особенности, совпадающие в обоих языках. Рассмотрим некоторые из них:

1. Преимущественное использование простых предложений (как правило, повествовательных, распространенных), а также повелительных форм глаголов. Весьма умеренно используются отрицательные предложения. Например начало телефонного разговора.

– *Appolo GmbH, Bernd Waldraff, Guten Tag!*

– *Guten Tag, Herr Waldraff, mein Name ist Forkel, Ute Forkel. Ich bin Informatikarin und habe mich auf die Datensicherung spezialisiert. Hat sich Ihr Unternehmen schon mit dem Thema "Datensicherung" beschäftigt?*

– *Общество с ограниченной ответственностью «Апполо», Бернд Вальдрафф, Добрый день.*

– *Добрый день, господин Вальдрафф, моя фамилия Форкель, Уте Форкель. Я информатик по специальности «Защита данных от несанкционированного доступа». Ваша фирма уже занимается вопросами защиты данных от несанкционированного доступа?*

2. Активное использование страдательных конструкций и безличных форм. Например:

– *Traumberg AG, Vorzimmer Dr. Krause, Cornelia Waldheer, guten Tag.*

– *Guten Tag, Frau Waldheer, Peter Saager aus Hannover am Apparat.*

– *Guten Tag, Herr Saager. Was kann ich für Sie tun?*

– *Ich möchte gerne mit Herrn Krause sprechen. Ist es möglich?*

– *Würden Sie mir bitte kurz erklren, worum es sich handelt?*

– *Ja, gern. Es wurde festgestellt, dass.....*

– Акционерное общество «Траумберг», приемная доктора Краузе, Корнелия Вальдхеер
добрый день.

– Добрый день, госпожа Вальдхеер, Петер Заагер из Ганновера.

– Добрый день, господин Заагер. Чем могу быть полезна?

– Я бы хотел поговорить с доктором Краузе. Это возможно?

– Не могли бы Вы объяснить, о чем идет речь?

– Да, конечно (охотно). Было установлено, что

3. При использовании сложных предложений более распространены бессоюзные и сложноподчиненные предложения с придаточными определительными, изъяснительными и условными (цели и причины), а также использование устойчивых конструкций, таких как «при данных обстоятельствах – *untergegebenen Umständen*; при этих обстоятельствах – *unter diesen Umständen*; ввиду этого – *in Anbetracht dessen*; в связи с этим – *im Zusammenhang damit*; согласно (чему) – *entsprechend (in Übereinstimmung mit)* на основании – *auf Grund*; ссылаясь (на что-либо) – *bezugnehmend auf*; в противном случае – *andererseits*; в случае несогласия – *Sollensienichteinverständnis* и т.д.».

Сфера корпоративного телефонного общения – это та область, где следует наиболее тщательно подбирать употребляемые слова и обдуманно строить предложения, т.к. от стиля разговора во многом зависит то, как пойдет дальнейшее сотрудничество.

Телефонный разговор как вид делового взаимодействия по причине отсутствия визуального контакта между собеседниками усиливает значимость устно-речевых средств.

6. Состав участников и их роли. Каждый участник деловой игры «Корпоративные переговоры по телефону» имел свою роль. Разыгрывание происходит в ситуации, которая сопровождается возникновением эмоциональной напряженности у каждого участника игры и требует от него мобилизации коммуникативных, интеллектуальных и психофизиологических способностей. Следовательно, каждая роль приобретала, кроме того, и определенную личностную окраску.

Распределение ролей является важным моментом, от которого во многом зависит успех игры. Здесь учитывалась степень коммуникабельности, уровень знаний и личностные качества.

7. Оценка действий участников игры. При оценивании действий участников деловой игры «Корпоративные переговоры по телефону» была использована методика Т.М. Надеиной [59].

В деловой игре «Корпоративные переговоры по телефону» была использована следующая система поощрительных и штрафных баллов.

Поощрительные баллы:

- за каждую использованную этикетную форму +1 балл;
- за каждый использованный профессиональный термин +1 балл;
- за использование речевой тактики +3 балла;
- за использование сравнительного оборота +3 балла;
- за четкость мотивации при корпоративном общении +3 балла.

Количество присуждаемых баллов объясняется степенью сложности каждого из приведенных случаев. При этом степень сложности определялась экспериментально.

В качестве речевых тактик может использоваться, например, приведение примера из информационного издания либо корпоративной культуры компании. По усмотрению преподавателя или арбитражной группы баллы могут присуждаться и за иные речевые действия.

Штрафные баллы:

- несоблюдение речевого этикета – 1 балл;
- речевые ошибки –1 балл;
- неправильное использование профессионального термина – 3 балла
- неубедительное высказывание – 3 балла;
- некорректный вопрос или реплика – 3 балла.

Деловая игра «Корпоративные переговоры по телефону».

Группа №_____ Команда №_____ Задание №_____

№ п/п	Ф.И.О. участника	Роль участника	Оценка работы по 5-балльной шкале

По усмотрению арбитров игры штрафные баллы могут начисляться и за иные речевые неточности.

8. Составление корпоративных документов и их оценивание. В процессе деловой игры «Корпоративные переговоры по телефону» участники составляли следующие документы:

- протокол ведения телефонных переговоров
- договор.

9. Регламент игры. Игровое время было организовано в виде нескольких циклов, между которыми делалась пауза для проверки правильности оформления документов, анализа ситуации и подведения промежуточных итогов. Общее время на проведение игры – 1 ч 40 мин.

10. Техническое сопровождение. Важная роль в деловой игре была отведена техническому сопровождению. Основным средством формирования компетенции корпоративного общения являются, по нашему мнению, информационно-коммуникационные технологии. Их использование повысило эффективность обучения и позволило создать прочный аутентичный фундамент «в условиях отсутствия возможности реального общения».

Spitzberg B. H., Changnon G. Conceptualizing Intercultural Competence // The SAGE Handbook of Inter involvement cultural Competence / Darla K. Deardorff D.K (Eds.). – Thousand Oaks, CA : Sage, 2009. – Chapter 1, p. 6.

**Результаты экспериментального исследования сформированности
компетенции корпоративного общения сотрудников компания на основе анкетирования**

№ п/п	Компоненты компетенции корпоративного общения	Контрольная группа		Экспериментальная группа	
		нач. закл.	этап этап	нач. закл.	этап этап
Мотивационно-ценностный блок					
1.	Готовность к постоянному развитию и совершенствованию	3,52	3,54	3,48	3,70
2.	Высокий уровень самооценки и притязаний	3,34	3,37	3,28	3,34
3.	Желание работать в компании	3,46	3,46	3,40	3,48
4.	Достижение высокого социально-корпоративного статуса	3,74	3,74	3,72	4,00
5.	Патриотическая жизненная позиция	2,94	2,96	2,90	3,02
6.	Социальная активность в межкультурных взаимодействиях	3,56	3,56	3,48	3,50
7.	Готовность работать в команде	3,54	3,54	3,50	3,70
8.	Ответственность за свои поступки и результаты работы	3,98	3,98	3,78	4,00
9.	Степень мотивированности на предстоящее корпоративное общение.	3,46	3,46	3,38	3,58
10.	Чувство принадлежности к своей компании	3,22	3,24	3,16	3,22
Средний балл		3,47	3,48	3,4	3,6
Когнитивный блок					
1.	Навыки ведения корпоративного общения для актуализации корпоративных целей и ценностей: умение вступать в общение	3,32	3,32	3,28	3,42

3,53

2.	Навыки ведения корпоративного общения для актуализации корпоративных целей и ценностей: умение поддерживать общение	3,24	3,24	3,18	3,24
3.	Навыки ведения корпоративного общения для актуализации корпоративных целей и ценностей: умение завершить общение	3,70	3,72	3,68	3,78
4.	Умение ориентироваться в ситуации корпоративного общения и выбирать тактику поведения	3,70	3,72	3,68	3,78
5.	Умение конструировать корпоративное общение с коллегами на основе корпоративной культуры организации на родном и на иностранном	3,48	3,48	3,42	3,50
6.	Умение конструировать корпоративное общение с коллегами на основе корпоративной культуры организации на родном и на иностранном языке	3,46	3,48	3,40	3,60
7.	Умение самостоятельно принимать решения в контексте корпоративной культуры и корпоративного общения	3,22	3,24	3,18	3,20
8.	Умение координировать и регулировать корпоративное общение с позиции слагаемых корпоративной культуры	3,54	3,54	3,48	3,68
9.	Умение работать в поликультурной команде: обмениваться информацией, поддерживать коллег, готовность помочь	3,46	3,46	3,40	3,50
10.	Умение устанавливать партнерские отношения в ходе взаимодействия с коллегами в поликультурной команде	3,54	3,56	3,46	3,68
Средний балл		3,43	3,49	3,37	3,61

№ п/п	Компоненты компетенции корпоративного общения	Контрольная группа		Экспериментальная группа	
		нач. закл.	этап этап	нач. закл.	этап этап
Операциональный блок					
1.	Умение ориентироваться в ситуации корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий	3,10	3,10	3,02	3,12
2.	Умение совершенствовать собственные качества личности, знания и навыки корпоративного общения для достижения лучших результатов.	3,20	3,20	3,14	3,22
3.	Умение поддержать благоприятный социально-психологический климат в компании в ситуациях корпоративного общения.	3,32	3,34	3,26	3,38
4.	Готовность к участию в формальном корпоративном общении	3,20	3,22	3,14	3,28
5.	Готовность к участию в неформальном корпоративном общении	4,10	4,12	4,00	4,18
6.	Умения, связанные с использованием сети Интернет: набор электронных сообщений	4,14	4,14	4,04	4,18
7.	Умения, связанные с использованием сети Интернет: использование электронной почты	4,04	4,04	3,90	4,10
8.	Умение открыть/закрыть нужный сайт	4,24	4,24	4,16	4,24
9.	Умение пользоваться программным обеспечением пакета «MicrosoftOffice»	3,94	3,94	3,86	3,88
10.	Умение пользоваться программой Skype и ее аналогами для виртуального корпоративного общения через Интернет	3,90	3,90	3,90	4,02
Средний балл		3,71	3,79	3,64	3,96

№ п/п	Компоненты компетенции корпоративного общения	Контрольная группа		Экспериментальная группа	
		нач. этап	закл. этап	нач. этап	закл. этап
Рефлексивный блок					
1.	Умение самостоятельно определять цели и ценности корпоративного общения.	3,56	3,56	3,46	3,64
2.	Умение ставить цели, ориентируясь на корпоративное общение.	3,12	3,14	2,90	3,28
3.	Умение устанавливать партнерские отношения в ходе корпоративного общения с коллегами.	3,16	3,18	3,02	3,26
4.	Удовлетворение от ведения корпоративного общения.	3,08	3,10	2,80	3,14
5.	Удовлетворение от добросовестного выполнения своих обязанностей в процессе ведения корпоративного общения.	3,22	3,22	3,08	3,32
6.	Ответственность за свои поступки и результаты корпоративного общения.	3,58	3,58	3,48	3,60
7.	Возможность реализации в компании творческого потенциала в процессе ведения корпоративного общения.	3,30	3,32	3,22	3,34
8.	Умение оценить собственный творческий потенциал в процессе ведения корпоративного общения.	3,72	3,72	3,62	3,78
9.	Умение оценивать собственную поликультурную деятельность в процессе ведения корпоративного общения.	3,46	3,48	3,36	3,54
10.	Умение самостоятельно оценивать принятые решения в контексте корпоративного общения.	3,68	3,68	3,46	3,70
Средний балл		3,38	3,48	3,21	3,52