

На правах рукописи

Макарова Елена Леонидовна

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

Специальность 13.00.08– теория и методика профессионального образования

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата педагогических наук

Воронеж–2015

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

Научный руководитель: доктор педагогических наук, профессор
Гладких Валентина Владимировна

Официальные оппоненты: **Серякова Светлана Брониславовна**,
доктор педагогических наук, профессор, ФГБОУ
ВПО «Московский педагогический
государственный университет», кафедра
социальной педагогики и психологии, профессор

Серостанова Наталья Николаевна,
кандидат педагогических наук, ФГКВОУ ВПО
«Воронежский институт Министерства внутренних
дел Российской Федерации», кафедра иностранных
языков, доцент

Ведущая организация: **ФГБОУ ВПО «Тамбовский государственный
университет им. Г.Р. Державина»**

Защита диссертации состоится «25» декабря 2015 г. в 14.00 часов на заседании диссертационного совета Д 999.010.03 при ФГБОУ ВПО «Воронежский государственный университет» по адресу: 394000, г. Воронеж, пр. Революции, 24, ауд. 312.

С диссертацией можно ознакомиться в Зональной научной библиотеке ФГБОУ ВПО «Воронежский государственный университет» и на сайте ФГБОУ ВПО «ВГУ» <http://www.science.vsu.ru/disser>.

Автореферат разослан «23» октября 2015 г.

Учёный секретарь
диссертационного совета



Бережная Ирина Федоровна

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

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. Актуальность этого вопроса отражена в Федеральном законе РФ "Об образовании в Российской Федерации" № 273-ФЗ от 2014 г., Концепции модернизации отечественного образования на период до 2010г. (продленный до 2015 г.), Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г. Таким образом, проведенный анализ и изучение документов (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, Э. П. Комаровой Н.В. Кузьминой, О.Г. Ларионовой, 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 (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.) авторов; 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 (М. Армстронг, К. Голд, Р. Моран, Ф. Харрис, Г. Хофштеде, Э. Шейн) исследователей; проблемы корпоративного общения нашли отражение в трудах П.Я. Гальперина, Л.В. Занкова, И.А.Зимней, В.Б. Кашкина, В.А. Слостенина, Н.Ф. Талызиной, а также в работах М.В. Киселевой, А.К. Марковой, Т.Н. Персиковой, И.Н. Розиной, Л.П. Халяпиной, Ш. 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. Армстронг, 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;

- определить 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, что будет способствовать эффективному формированию компетенции корпоративного общения;

- если будут определены 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 корпоративного 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.); *лично-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.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.), корпора-

тивных компетенций (Ж. Делор, Д. Мак-Клелланд, Г. Морган, Г. Канак, Б. Кларк, Л. и С. Спенсер, С. Б. Пэрри, Г. Хофштеде, А. Шелтен, 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. Кашук, 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 (ISAC Consulting GmbH), 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, личностно-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;

– определены 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 инструментальный диагностический инструментарий 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 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, коммуникативно-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*: знание корпоративной культуры, стратегии и тактики диалогового и группового корпоративного общения, а также этических и этикетных норм различных стран при ведении корпоративного общения; *операциональный*: умение 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: деловая и ролевая игра с использованием программы Skype, групповые телекоммуникационные проекты, совместные разработки, модульные технологии, дискуссии, видеодискуссии, 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 через средства информационно-коммуникационных технологий);

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

- приобретения аутентичного опыта корпоративного общения и свободного обмена 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 инфор-

мационно-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 довузовской 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 «Инновационные технологии и технические средства для АПК», посвященной 100-летию ВГАУ имени Петра I (Воронеж, 2011); V Всероссийской научно-практической конференции неязыковых вузов на базе ВГИФК (Воронеж, 2012); VI, VII 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.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность исследования, показано общее состояние изучаемой проблемы, определены объект, предмет, цель исследования, сформулированы задачи и гипотеза, раскрыты методы исследования, новизна, теоретическая и практическая значимость работы, представлены сведения о достоверности, апробации работы и внедрении ее результатов в практику, определены положения, выносимые на защиту.

В **первой главе** «**Теоретико-методологические подходы к формированию компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий**» рассмотрены основные теоретико-методологические подходы, позволяющие провести всесторонний анализ исследуемой проблемы, уточнено определение понятия «компетенция корпоративного общения», выявлены отличительные черты корпоративного обучения, разработана модель формирования компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий.

Уточнение понятия «компетенция корпоративного общения» потребовало рассмотрения таких дефиниций, как «компетенция» и «компетентность», являющихся базовыми категориями компетентностного подхода (В.И. Байденко, В.А. Болотов, Р.М. Грановская, И.А. Зимняя, Е.Я. Коган, В.А. Кальней, Э. П. Комарова, А.М. Новиков, В.В. Сериков, А.В. Хуторской, В.Д. Шадриков, С.Е. Шишови др.), в рамках которого «образование и обучение становится комплексным, многофакторным. Обучающимся передаются знания и навыки, которые нужны для развития необходимых компетенций» (А.В.Хуторской).

Мы согласны с мнением В.Г. Вольвача, который выделил следующие типы компетенций, необходимых специалисту для успешной интеграции в корпоративное сообщество: *специальные компетенции*: 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; *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.

Разработка корпоративных компетенций является частью работы с корпоративной культурой компании, которая, по мнению Ф. Харриса и Р. Морана, включает: осознание себя и своего места в организации; внешний вид, представление себя; осознание времени, отношение к нему и его использованию; взаимоотношения между людьми; общение внутри организации – корпоративное общение, развитие и самореализацию работника; трудовую этику и мотивирование; 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. На основе проанализированной литературы

(Ж. Делор, Мак-Клелланд, Г. Канак, Л. и С. Спенсер, С.Б. Пэрри, Г. Хофштеде, А. Шелтен, 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.) мы пришли к выводу, что *компетенция корпоративного общения – это совокупность знаний, умений, мотивов и ценностей, необходимых сотрудникам многонациональной компании для осуществления поликультурного общения в деловой и производственной сфере деятельности компании с использованием разнообразных технических средств коммуникации.*

Особенности корпоративного общения изучаются отечественными и зарубежными исследователями в области психологии, теории коммуникации, лингвистики, экономики, информационных технологий, социологии и т. д., а также специалистами в смежных областях – социолингвистики, психолингвистики и т. д. Изучению содержания корпоративного общения также посвящено большое количество комплексных исследований (М.В. Киселевой, А.К. Марковой, Т.Н. Персиковой, И.Н. Розиной, Л.П. Халяпиной, Шульца фон Туна, Томаса Квастхоффа, Ф.А. Хазе, Б.Х. Шпицгерна и др.).

В научной литературе представлены различные классификации видов и типов корпоративного общения. Они проводятся по разным критериям (по месту, сферам деятельности, цели, характеру, формам и т. д., и т. п.) и подразумевают разные виды корпоративного общения: face to face (в традиционной форме) и online общение, формальное и неформальное, вербальное и невербальное, на родном языке и на иностранном языке, устное и письменное, личностное и межличностное, синхронное и асинхронное и др. Каждый вид корпоративного общения обладает особенностями, которые необходимо учитывать при формировании компетенции корпоративного общения.

Для эффективности формирования компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий нами была разработана модель, включающая цель, методологические подходы, принципы, структурные компоненты и критерии оценки уровня сформированности компетенции корпоративного общения; методы, формы, средства и педагогические условия; этапы формирования и уровни сформированности компетенции корпоративного общения (см. рис. 1).

Целью, обозначенной в разработанной модели, является повышение уровня сформированности компетенции корпоративного общения. Реализация поставленной цели основывается на интеграции компетентностного, коммуникативно-деятельностного, личностно-ориентированного и коллаборативного подходов, а также при соблюдении определенных принципов обучения: гуманизма, проблемности, сознательной активности, позитивного корпоративизма, принципа трансцедирования.

Компетенция корпоративного общения представляет собой сложное многоуровневое явление. В структуре компетенции корпоративного общения мы выделяем четыре компонента: мотивационно-ценностный, когнитивный, операциональный и рефлексивный. Компоненты отражают сферы деятельности

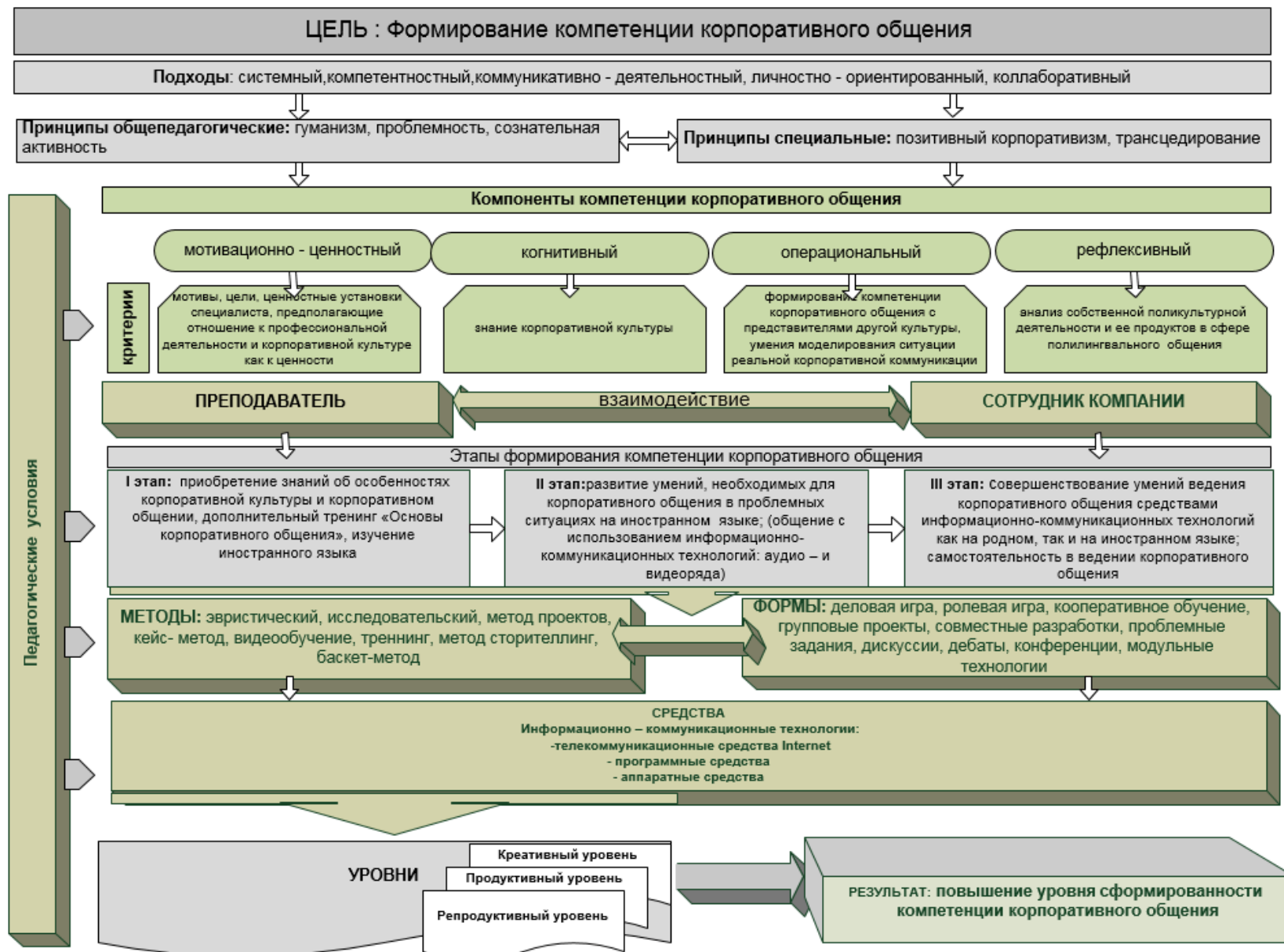


Рис. 1 – Модель формирования компетенции корпоративного общения

сотрудника компании, а также опыт и качества личности, необходимые для полноценного корпоративного общения.

При выборе критериев, которые позволят определить уровень сформированности компетенции корпоративного общения специалиста, мы опирались на проведенный анализ педагогической литературы, учитывая содержание компонентов компетенции корпоративного общения. Были выделены следующие критерии:

– в рамках *мотивационно-ценностного* компонента: корпоративная мотивация; ценностные установки специалиста, предполагающие отношение к профессиональной деятельности и корпоративной культуре;

– в рамках *когнитивного* компонента: знание корпоративной культуры; основ корпоративного общения, информационно-коммуникационных технологий;

– в рамках *операционального* компонента: умение работать со средствами информационно-коммуникационных технологий; умение корпоративного общения с представителями другой культуры, моделирования ситуации реальной корпоративной коммуникации;

– в рамках *рефлексивного* компонента: способность осуществлять анализ собственного корпоративного общения, уровня своей корпоративной компетентности; трансформация и интерференция своего опыта корпоративной коммуникации.

Успешность процесса формирования компетенции корпоративного общения определяется выбором *форм*: деловая игра, ролевая игра, совместные разработки, проблемные задания, дискуссии, дебаты, конференции, модульные технологии; *методов*: эвристический, исследовательский, метод проектов, кейс-метод, видеообучение, тренинг, метод сторителлинг, баскет-метод; *средств формирования компетенции корпоративного общения*: информационно-коммуникационные технологии (телекоммуникационные средства Internet, программные средства и аппаратные средства), эффективность применения которых обусловлена их дидактическими возможностями.

Модель формирования компетенции корпоративного общения предусматривает этапность данного процесса:

I этап – приобретение знаний об особенностях корпоративной культуры и корпоративном общении, тренинг «Основы корпоративного общения».

II этап – развитие умений, необходимых для корпоративного общения в проблемных ситуациях; 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).

Спроектировать процесс формирования компетенции корпоративного общения в соответствии с разработанной моделью и потребностями компании позволяет корпоративное обучение, поскольку оно «как живая динамическая система или организм отражает актуальные потребности в сфере квалификации,

компетентности, профессионализма производственного и управленческого персонала, очень быстро и четко реагирует на любое инновационное изменение, а также на возникающие образовательные потребности и запросы компании» (В.В. Кузнецов). В процессе организации корпоративного обучения были выявлены его отличительные черты: в корпоративном обучении участие принимают все сотрудники компании; обучение базируется на профессиональном образовании, опыте работы сотрудников в компании и корпоративной культуре компании; носит мобильный характер, поскольку проходит на рабочем месте; ориентировано на формирование корпоративных компетенций сотрудника компании; оперативно реагирует на изменения, происходящие в обществе, экономике и самой компании; повышает конкурентоспособность сотрудника, мотивируя его на формирование потребности овладения новыми компетенциями.

Разработанная модель и отличительные черты корпоративного обучения призваны обеспечить повышение уровня сформированности компетенции корпоративного общения специалиста.

Во второй главе **«Опытно-экспериментальная работа по формированию компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий»** определены и дидактически обоснованы возможности средств информационно-коммуникационных технологий в процессе формирования компетенции корпоративного общения; рассмотрены педагогические условия, которые обеспечат успешное формирование компетенции корпоративного общения; содержится описание поэтапной реализации модели формирования компетенции корпоративного общения в условиях корпоративного обучения.

В процессе исследования установлено, что дидактические возможности средств информационно-коммуникационных технологий позволяют эффективно организовать процесс формирования компетенции корпоративного общения. К ним относятся: организация виртуального корпоративного общения в форме конференций, в том числе в режиме реального времени (незамедлительная обратная связь между пользователями через средства информационно-коммуникационных технологий); развитие речевых умений, в том числе и на иностранном языке, необходимых для формирования компетенции корпоративного общения; приобретение аутентичного опыта корпоративного общения и свободный обмен мнениями с иностранными партнерами; хранение, обработка материалов корпоративного общения, а также обмен данными материалами между партнерами по корпоративному общению; перенесение полученных материалов корпоративного общения на собственный носитель, вывод на печать и самостоятельная работа с ними в удобное время.

На основе изученной психолого-педагогической и методической литературы были выделены педагогические условия, которые обеспечивают успешное формирование компетенции корпоративного общения: 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 пре-

подавателем благоприятной атмосферы корпоративного общения и отношение к сотрудникам компании как к 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.

Практическая реализация модели формирования компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий осуществлялась в ходе опытно-экспериментальной работы, проводившейся в 2012–2014 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 были задействованы 80 сотрудников.

Педагогический эксперимент проводился в процессе корпоративного обучения сотрудников компаний на немецком и русском языках. Опытно-экспериментальная работа включала проведение констатирующего и формирующего эксперимента.

В ходе констатирующего эксперимента была проведена диагностика сотрудников, что позволило определить уровень сформированности компетенции корпоративного общения сотрудников немецкой многонациональной компании ООО Айзак Консалтинг (ISAC Consulting GmbH) и Воронежского филиала «Воронеж ГипродорНИИ» ОАО «ГИПРОДОРНИИ». Также проводился сбор и осмысление эмпирических данных, их обобщение. Были сформированы контрольная и экспериментальная группы.

Чтобы определить уровень сформированности компетенции корпоративного общения для сотрудников компании ООО Айзак Консалтинг было проведено анкетирование с помощью компьютерной программы «Определение уровня сформированности компетенции корпоративного общения», позволяющей унифицировать данный процесс, на немецком языке, а для сотрудников Воронежского филиала «Воронеж ГипродорНИИ» ОАО «ГИПРОДОРНИИ» – на русском. Были также 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 В.В. Бойко (определение общей коммуникативной толерантности), тесты для проверки знаний корпоративной культуры компании;

– для оценки уровня сформированности операционального компонента компетенции корпоративного общения – методика В. Тараненко «Опросник деловой направленности личности» и методика выявления «коммуникативных и организаторских склонностей» Е.Ю. Бруннера; методика оценки компьютерной гра-

мотности – «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 тестов: «Самооценка делового общения», «Стиль делового общения», «Оценка Вашего поведения на деловых переговорах».

Проведенный входной контроль позволил выявить уровень сформированности компетенции корпоративного общения сотрудников. Обработка полученных результатов методами математической статистики показала, что уровень сформированности компетенции корпоративного общения экспериментальных и контрольных групп в начале эксперимента находится приблизительно на одинаковом уровне.

Формирующий этап педагогического эксперимента проводился в условиях производственной деятельности сотрудников компании ООО Айзак Консалтинг (ISAC Consulting GmbH) и Воронежского филиала «Воронеж ГипродорНИИ» ОАО «ГИПРОДОРНИИ» с учетом особенностей корпоративного обучения и состоял из 50 занятий, которые проходили 2 раза в неделю.

В ходе формирующего эксперимента для реализации содержания модели были осуществлены следующие мероприятия:

– разработан и проведен тренинг «Основы корпоративного общения», длительность которого составляла 20 академических часов. В ходе тренинга решались следующие задачи: знакомство сотрудников компании с понятиями «корпоративная культура», «корпоративное общение»; создание условий для актуализации интереса сотрудников компании к формированию компетенции корпоративного общения, выработка умений переносить знания в практическую деятельность по формированию компетенции корпоративного общения;

– проведены практические занятия (30 академических часов), на которых были реализованы специально разработанные деловые и ролевые игры с использованием средств информационно-коммуникационных технологий (программы Skype). На данном этапе также применялись: метод видео-и телекоммуникационных проектов, кейс-метод, видеообучение, метод сторителлинг, баскет-метод, модульные технологии, групповые телекоммуникационные проекты, совместные разработки, дискуссии, видеодиспуты, видеоконференции. Тематика заданий была непосредственно связана с профессиональной деятельностью сотрудников компании. В конце формирующего эксперимента была проведена итоговая диагностика по тем же методикам, что и на констатирующем этапе.

Заключительный этап опытно-экспериментальной работы включал беседу руководителя с сотрудниками, сопоставление результатов, полученных на констатирующем и формирующем этапах, статистическую обработку и анализ полученных данных. Результаты представлены на рисунках 2-5.

Данные, полученные в результате входящего и итогового контроля, показали повышение уровня сформированности компетенции корпоративного общения специалиста (по каждому из 4-х критериев) и были обработаны с ис-

пользованием метода математической статистики – критерия χ^2 Пирсона, что позволяет говорить о достоверности полученных результатов (таблица 1).

Таблица 1

Эмпирическое и критическое значение критерия χ^2 при сравнении распределений уровня сформированности компетенции корпоративного общения

Группа	Значение критерия χ^2		
	Эмпирическое значение. Входной контроль	Критическое значение.	Эмпирическое значение. Итоговый контроль
Мотивационно-ценностный критерий			
ЭГ1– КГ1	0,271	5,99	6,951
ЭГ2– КГ2	0,178		6,781
Когнитивный критерий			
ЭГ1– КГ1	0,839	5,99	7,303
ЭГ2– КГ2	0,212		7,051
Операциональный критерий			
ЭГ1– КГ1	0,825	5,99	7,922
ЭГ2– КГ2	0,285		7,172
Рефлексивный критерий			
ЭГ1– КГ1	0,062	5,99	6,770
ЭГ2– КГ2	0,376		6,814

Уровень сформированности компетенции корпоративного общения . Мотивационно-ценностный компонент.

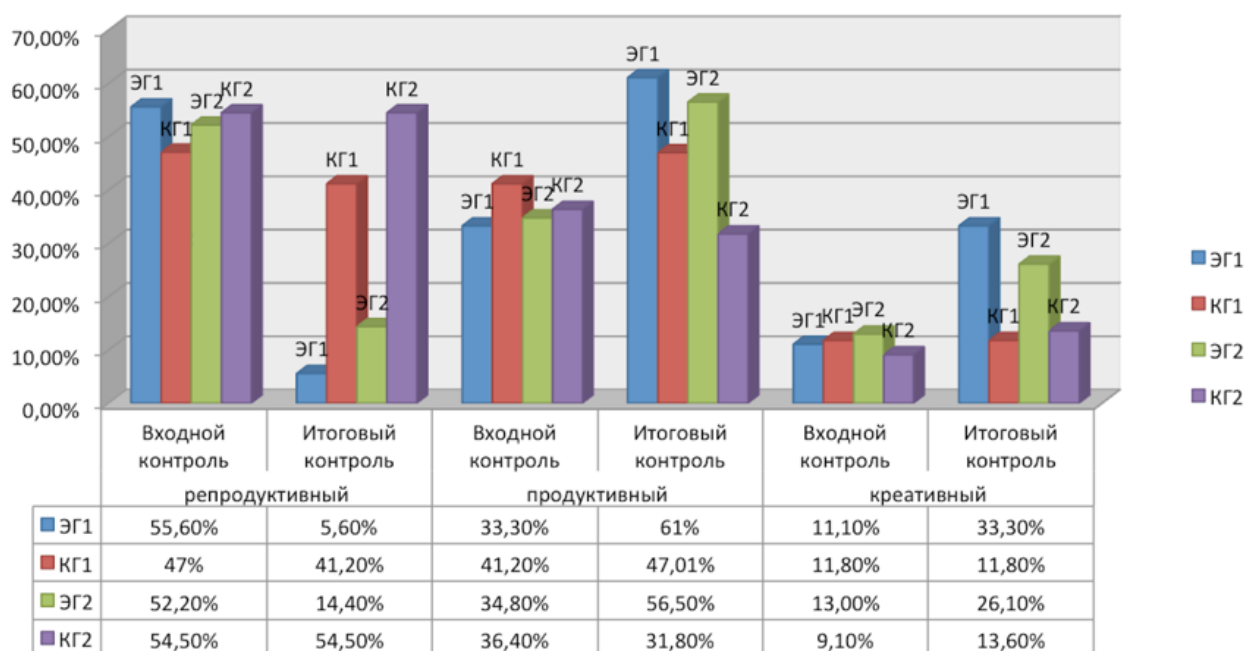


Рис. 2 – Уровень сформированности компетенции корпоративного общения специалиста на основе сравнительного анализа. Мотивационно-ценностный компонент

Уровень сформированности компетенции корпоративного общения . Когнитивный компонент.

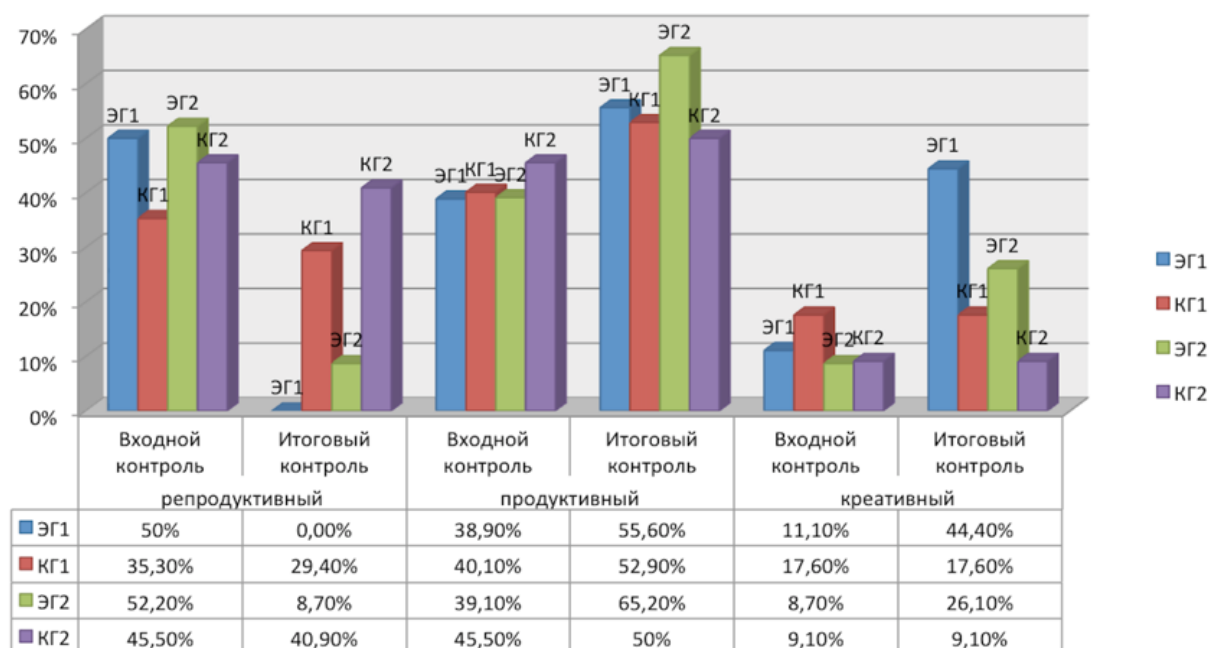


Рис. 3 – Уровень сформированности компетенции корпоративного общения специалиста на основе сравнительного анализа. Когнитивный компонент

Уровень сформированности компетенции корпоративного общения. Операциональный компонент.

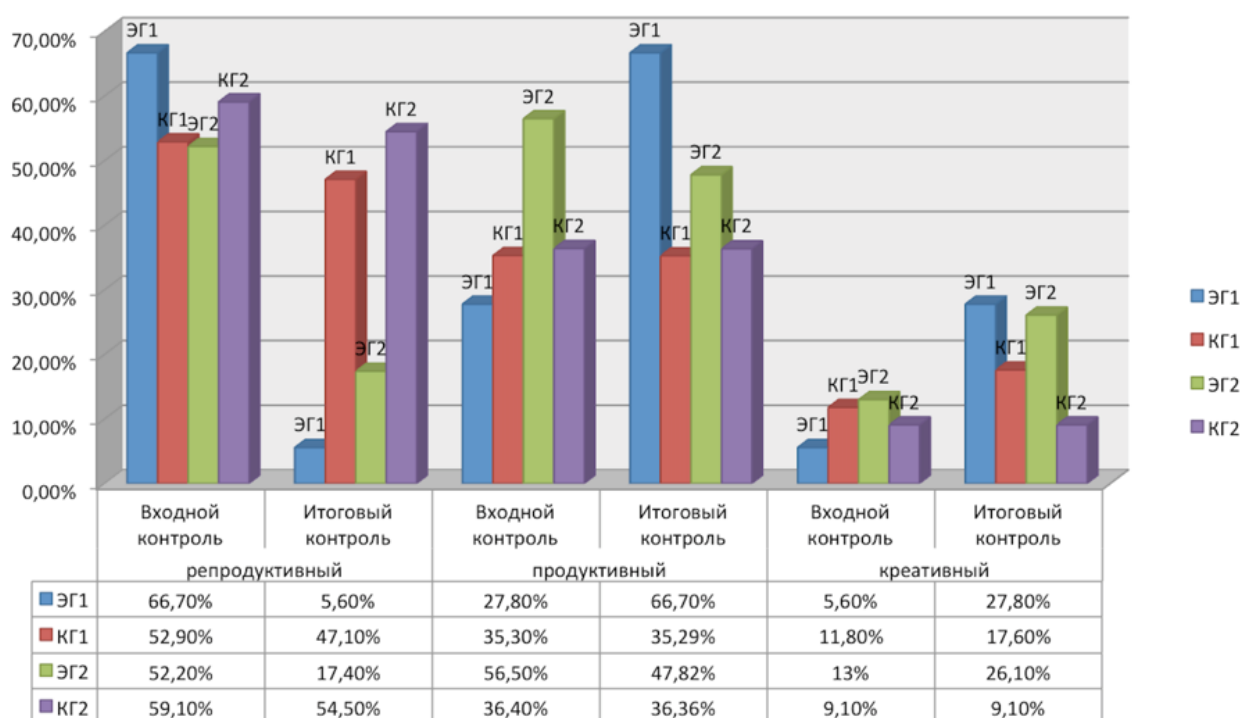


Рис. 4 – Уровень сформированности компетенции корпоративного общения специалиста на основе сравнительного анализа. Операциональный компонент

Уровень сформированности компетенции корпоративного общения. Рефлексивный компонент.

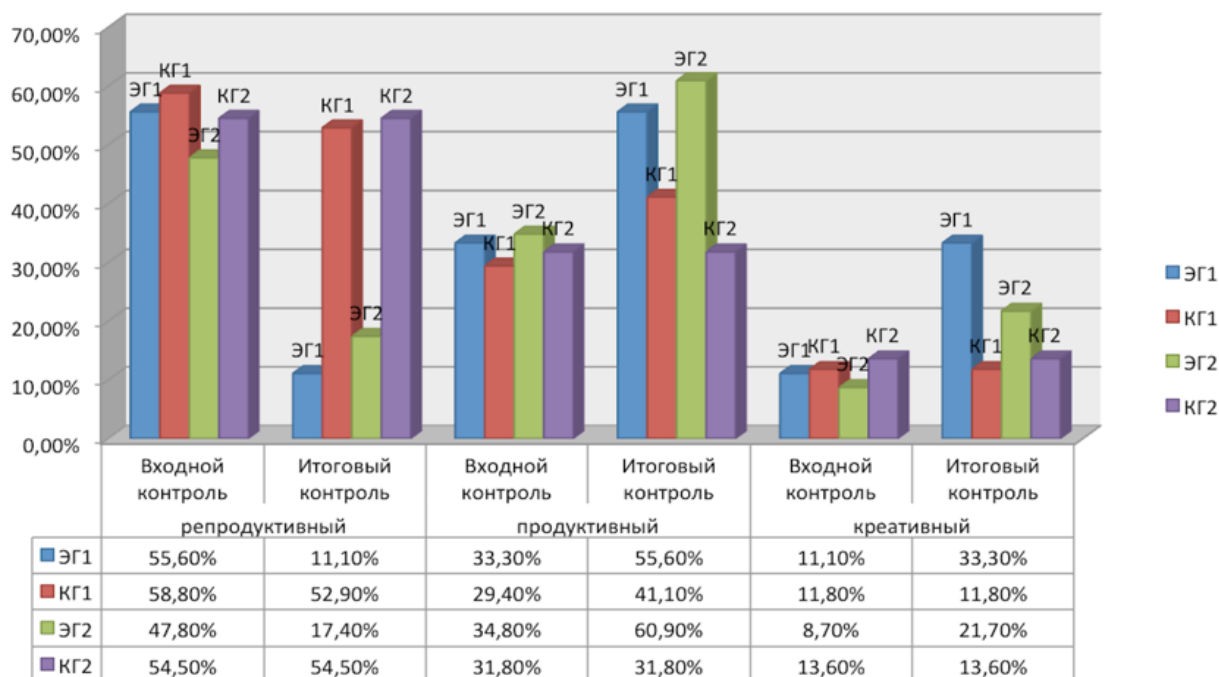


Рис. 5 – Уровень сформированности компетенции корпоративного общения специалиста на основе сравнительного анализа. Рефлексивный компонент

Анализ результатов эксперимента, проведенного в условиях корпоративного обучения, показал, что применение разработанной нами модели может существенно повысить уровень сформированности компетенции корпоративного общения специалиста.

В заключении обобщены результаты исследования и сформулированы его основные выводы. Предположение о том, что реализация модели формирования компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий возможна при соблюдении педагогических условий, подтвердилось. Полученные результаты позволили сделать следующие выводы:

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.

Реализация модели формирования компетенции корпоративного общения, включающей цель, подходы, принципы, уровни, методы, формы и средства, способствует формированию компетенции корпоративного общения. В структуре компетенции корпоративного общения выделены следующие компоненты: *мотивационно-ценностный* (мотивы, цели, ценностные установки специалиста, ориентация на ценностное принятие профессиональной деятельности в рамках компа-

нии, развитие специалиста как полноценного члена компании); *когнитивный* (знание корпоративной культуры, стратегии и тактики диалогового и группового корпоративного общения, этических и этикетных норм различных стран при ведении корпоративного общения); *операциональный* (умение моделирования ситуации реальной корпоративной коммуникации, операции и действия, связанные с использованием средств информационно-коммуникационных технологий); *рефлексивный* (анализ и умение оценить уровень своей корпоративной компетенции; осознание себя в качестве носителя корпоративной культуры компании).

Наиболее продуктивно формирование компетенции корпоративного общения осуществляется на основе использования средств информационно-коммуникационных технологий, которые 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 через средства информационно-коммуникационных технологий); развития речевых умений, в том числе и на иностранном языке, необходимых для формирования компетенции корпоративного общения; возможностью записи, повторного просмотра, хранения и обработки материалов корпоративного общения, а также обмена данными материалами между партнерами по корпоративному общению; возможностью переноса полученных материалов корпоративного общения на личный носитель, выведения на печать и самостоятельной работы с ними в удобное время.

Отличительные черты корпоративного обучения позволяют скорректировать процесс формирования компетенции корпоративного общения с учетом потребностей компании.

Для эффективности формирования компетенции корпоративного общения необходимы следующие педагогические условия: мотивационная готовность сотрудников компании к применению информационно-коммуникационных технологий в процессе формирования компетенции корпоративного общения; вовлечение сотрудников компании в различные виды корпоративного общения, используя средства информационно-коммуникационных технологий; осуществление поэтапного формирования компетенции корпоративного общения; создание преподавателем благоприятной атмосферы корпоративного общения и отношение к сотрудникам компании как к 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.

Результаты опытно-экспериментальной работы доказали эффективность разработанной модели, подтвердив тем самым выдвинутую гипотезу и эффективность средств информационно-коммуникационных технологий при формировании компетенции корпоративного общения специалиста.

Перспективы исследования. Предметом дальнейшего исследования могут стать такие аспекты рассматриваемой проблемы, как теоретическая и практическая разработка комплексного подхода в процессе формирования компетенции корпоративного общения и его использование в различных высших учебных заведениях в процессе формирования компетенции корпоративного общения у будущих специалистов разного профиля.

Основное содержание диссертации и положения, выносимые на защиту, изложены в следующих публикациях автора:

Научные статьи в журналах, входящих в реестр ВАК РФ

1. Макарова, Е.Л. Деловое иноязычное общение как основа поликультурной корпоративной компетенции / Е.Л. Макарова // Перспективы науки. – Тамбов, 2011. – Вып. 10. – С. 302–304.

2. Макарова, Е.Л. Корпоративная культура и ее роль в формировании компетенции корпоративного общения / Е.Л. Макарова // Перспективы науки. – Тамбов, 2012. – Вып. 5. – С. 295–297.

3. Макарова, Е.Л. Корпоративное обучение и его роль в формировании компетенции корпоративного общения / Е.Л. Макарова // Вестник Воронежского государственного технического университета / ФГБОУ ВПО «Воронежский государственный технический университет». – 2013. – Том 9, №3.2. – С. 81–85.

4. Макарова, Е.Л. Педагогические условия формирования компетенции корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий / Е.Л. Макарова // Вестник Воронежского государственного аграрного университета / ФГБОУ ВПО «Воронежский ГАУ». – 2013. – №4(39). – С. 351–356.

Статьи и тезисы докладов в сборниках научных трудов и материалов научных конференций

5. Макарова, Е.Л. Роль Интернет-технологий в формировании компетенции поликультурного корпоративного общения / Е.Л. Макарова // Актуальные проблемы обучения и воспитания школьников и студентов в образовательном учреждении. Вып. 5: сборник научных статей / [под ред. И.Ф. Бережной]. – Воронеж: Издательско-полиграфический центр Воронежского государственного университета, 2011. – С. 60–63.

6. Макарова, Е.Л. Виртуальная коммуникация как одна из форм формирования компетенции поликультурного корпоративного общения / Е.Л. Макарова // Актуальные проблемы и современные технологии преподавания иностранных языков в неспециальных вузах: материалы V Всероссийской научно-практической конференции неязыковых вузов на базе ВГИФК. – Воронеж: ИПЦ «Научная книга», 2012. – С. 125–127.

7. Макарова, Е.Л. Компетенция корпоративного общения как важная составляющая корпоративной компетенции / Е.Л. Макарова // Методические и лингвистические проблемы в обучении иностранному языку: межвузовский сб. науч.-метод. тр. – Вып. 13. – Воронеж: ВАИУ, 2012. – С. 113–120.

8. Макарова, Е.Л. Использование Интернет-технологий в формировании компетенции корпоративного общения / Е.Л. Макарова // Методические и лингвистические проблемы в обучении иностранному языку: межвузовский сб. науч.-метод. тр. – Вып. 13. – Воронеж: ВАИУ, 2012. – С. 110–113.

9. Макарова, Е.Л. Педагогические возможности дисциплины «иностраный язык» в процессе формирования компетенции корпоративного общения / Е.Л. Макарова // Актуальные проблемы обучения и воспитания школьников и студентов в образовательном учреждении. Вып. 6: сборник научных статей / [под ред. И.Ф. Бережной]. – Воронеж: ИПЦ «Научная книга», 2012. – С. 180–186.

10. Макарова, Е.Л. Тренинг как метод формирования компетенции корпоративного общения / Е.Л. Макарова // Воспитательная деятельность в вузе: проблемы, эффективность, качество: материалы Международной научно-практической конференции. Часть 2. – Воронеж: ИПЦ «Научная книга», 2013. – С.45–49.

11. Макарова, Е.Л. Мотивационная готовность студентов к применению информационно-коммуникационных технологий / Е.Л. Макарова // Актуальные проблемы

и современные технологии преподавания иностранных языков в неспециальных вузах : материалы VI Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции неязыковых вузов на базе ВГИФК.– Воронеж: ИПЦ «Научная книга», 2013. – С. 151–153.

12. Макарова, Е.Л. Формирование компетенции корпоративного общения на основе компетентностного подхода / Е.Л. Макарова // Теория и практика инновационных технологий в АПК : материалы научной конференции профессорско-преподавательского состава, научных сотрудников и аспирантов ВГАУ имени Петра I / колл. авторов, под общей редакцией д.и.н., проф. В.Н. Плаксина.– Воронеж: ФГБОУ ВПО Воронежский ГАУ, 2013. – С.169–171.

13. Макарова, Е.Л. Модель формирования культуры корпоративного общения средствами информационно-коммуникационных технологий / В.В. Гладких, Е.Л. Макарова // Методические и лингвистические проблемы в обучении иностранному языку : межвузовский сб. науч.-метод. тр. – Вып. 14. – Воронеж: ВАИУ, 2013. – С. 29–35.

14. Макарова, Е.Л. Особенности формирования ККО в процессе обучения иностранному языку / Е.Л. Макарова // Межкультурная коммуникация как фактор развития профессиональной компетенции студентов : сб. докл. IV Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции (г. Белгород, БГИИК, 12 декабря 2013 г.) / отв. ред. Н.Э. Чернявская, В.Г. Бурыкина. – Белгород: Изд-во БГИИК, 2013. – С. 124–128.

15. Макарова, Е.Л. Принципы формирования компетенции корпоративного общения / Е.Л. Макарова // Актуальные проблемы и современные технологии преподавания иностранных языков в неспециальных вузах : материалы VII Всероссийской с международным участием научно-практической конференции неязыковых вузов на базе ВГИФК. – Воронеж: ИПЦ «Научная книга», 2014. – С. 74–78.

16. Макарова, Е.Л. Особенности организации процесса корпоративного обучения в условиях многонациональной компании / Е.Л. Макарова // Актуальные проблемы обучения и воспитания школьников и студентов в образовательном учреждении. Вып. 7 : сборник научных статей / [под ред. И.Ф. Бережной] ; ФГБОУ ВПО ВГУ. – Воронеж: ИПЦ «Научная книга», 2013. – С.128–133.

17. Макарова, Е.Л. Особенности компетентностного подхода при корпоративном обучении / Е.Л. Макарова // Методические и лингвистические проблемы в обучении иностранному языку: межвузовский сб. науч.-метод. тр. – Воронеж : ВУНЦ ВВС «ВВА», 2014. – Вып. 15. – С. 55–59.

18. Макарова, Е.Л. Практические аспекты формирования компетенции корпоративного общения / Е.Л. Макарова // Теория и практика инновационных технологий в АПК: материалы научной конференции профессорско-преподавательского состава, научных сотрудников и аспирантов ВГАУ имени Петра I / колл. авторов, под общей редакцией д.и.н., проф. В.Н.Плаксина. – Воронеж : ФГБОУ ВПО Воронежский ГАУ, 2014. – С.153–155.

19. Макарова, Е.Л. Дидактические возможности применения информационно-коммуникационных технологий в процессе формирования ККО/ Е.Л. Макарова // Проблемы и перспективы профессионально-ориентированной подготовки в условиях межкультурной коммуникации в неязыковых вузах и сузах: сб. докл.V Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции (г. Белгород, БГИИК, 12 декабря 2014 г.) / отв. ред. Н.Э. Чернявская, В.Г. Бурыкина. – Белгород: ООО «Ирдис», 2014. – С. 230–233.

20. Макарова, Е.Л. Формирование компетенции корпоративного общения в условиях имитационной деятельности/ Е.Л. Макарова // Актуальные проблемы обучения и воспитания школьников и студентов в образовательном учреждении. Вып. 8 : сборник научных статей / [под ред. И.Ф. Бережной, С.В. Поповой]. – Воронеж : ИПЦ «Научная книга», 2014. – С. 198–201.

21. Макарова, Е.Л. Формирование компетенции корпоративного общения в условиях корпоративного обучения / Е.Л. Макарова // Теория и практика инновационных технологий в АПК: материалы научной и учебно-методической конференции профессорско-преподавательского состава, научных сотрудников и аспирантов ВГАУ имени Петра I / колл. авторов, под общей редакцией д.и.н., проф. В.Н. Плаксина. – Воронеж: ФГБОУ ВПО Воронежский ГАУ, 2015. – С. 133–136.

Подписано в печать 19.10.2015 г. Формат 60x80¹/₁₆. Бумага кн.-журн.
П.л. 1,0. Гарнитура Таймс. Тираж 100 экз. Заказ №12802.
Типография ФГБОУ ВПО ВГАУ 394087, Воронеж, ул. Мичурина, 1.