

Бюджетное учреждение высшего образования
Ханты-Мансийского автономного округа – Югры
«Сургутский государственный педагогический университет»

На правах рукописи



ЛУКИЯНЧИНА ЕЛЕНА ВЛАДИМИРОВНА

**ФОРМИРОВАНИЕ ГОТОВНОСТИ БУДУЩИХ МЕНЕДЖЕРОВ
К ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В ЦИФРОВОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ
СРЕДЕ ВУЗА**

5.8.7. Методология и технология профессионального образования

Диссертация

на соискание ученой степени кандидата педагогических наук

Научный руководитель:

доктор педагогических наук,
доцент Лашкова Лия Луттовна

Сургут – 2022

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ГОТОВНОСТИ БУДУЩИХ МЕНЕДЖЕРОВ К ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В ЦИФРОВОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЕ ВУЗА.....	17
1.1. Анализ состояния проблемы формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза.....	17
1.2. Структурно-функциональная модель формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза.....	28
1.3. Теоретическое обоснование педагогических условий формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза.....	46
ВЫВОДЫ ПО ПЕРВОЙ ГЛАВЕ	75
ГЛАВА 2. ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНАЯ РАБОТА ПО ФОРМИРОВАНИЮ ГОТОВНОСТИ БУДУЩИХ МЕНЕДЖЕРОВ К ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В ЦИФРОВОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЕ ВУЗА	77
2.1. Цель, задачи и общая характеристика экспериментальной работы по формированию готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза.....	77
2.2. Технология формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза.....	102
2.3. Анализ и оценка результатов экспериментальной работы по формированию готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза.....	133
ВЫВОДЫ ПО ВТОРОЙ ГЛАВЕ.....	151
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	153
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	158
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	192

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. Сложившаяся социально-экономическая ситуация в России, постоянный поиск инновационных эффективных способов функционирования организаций, приоритет квалифицированной работы с персоналом в системе управления, быстрое обновление технологических основ производства при использовании информационно-коммуникационных технологий влияют на переоценку роли менеджера, изменение его профессионального статуса, престижа данной профессии среди других. Успех управленческой деятельности в условиях возрастающей профессиональной мобильности во многом связан с умениями в области деловой коммуникации (решение профессиональных коммуникативных проблем, владение стратегиями и тактиками эффективного делового общения). В связи с этим возникла необходимость постановки новых задач перед высшей школой, решение которых обеспечит успешное прохождение сложного пути коммуникативного обучения будущих менеджеров в вузе.

В Национальном проекте «Образование» одной из приоритетных задач заявлена профессиональная подготовка кадров, соответствующих «современным стандартам и передовым технологиям, требованиям современного рынка». В федеральном проекте «Молодые профессионалы», входящем в национальный проект, отмечена необходимость внедрения в систему профессионального образования практико-ориентированных и гибких образовательных программ. Вместе с тем, приоритетный проект «Современная цифровая образовательная среда в Российской Федерации» направлен на обеспечение доступности и качества образования при использовании современных образовательных онлайн-платформ и технологий онлайн-обучения. Согласно проекту, «включение вопросов цифровизации образования в образовательные программы позволит обеспечить подготовку высококвалифицированных административно-управленческих кадров, обладающих метапредметными компетенциями».

В Законе «Об образовании в Российской Федерации» обозначена необходимость организации «образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств». Данные нормативные документы федерального уровня подчеркивают актуальность профессиональной подготовки специалистов в цифровой образовательной среде вуза.

Современные федеральные образовательные стандарты высшего образования и профессиональные стандарты отмечают важность командной работы и готовности строить коммуникацию по разным направлениям. Так, в ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.03 «Управление персоналом» прописана такая компетенция бакалавра, как способность осуществлять деловое общение в устной и письменной формах. В Профессиональном стандарте «Специалист по управлению персоналом» отмечены знания базовых основ информатики и особенностей работы с информационными системами, а также необходимые умения соблюдать нормы этики деловой коммуникации.

В результате анализа нормативных документов в сфере образования выявлено, что изменения в социокультурных и образовательных тенденциях вносят новые требования к профессиональной подготовке будущих менеджеров в области деловой коммуникации при использовании цифровой образовательной среды. Вместе с тем, практика высшего профессионального образования достаточно консервативна и больше тяготеет к традиционным подходам коммуникативного обучения. Университеты в недостаточной степени осуществляют подготовку будущих менеджеров к решению коммуникативных задач в профессиональной деятельности. Студенты факультетов управления испытывают серьезные затруднения в процессе деловой коммуникации в формате офлайн и онлайн. Им трудно свободно говорить перед аудиторией, аргументировать свою позицию, в период производственной практики проводить деловые беседы и совещания, вести конструктивный диалог с персоналом организации.

В связи с этим возникает потребность в теоретико-методологическом обосновании и практическом решении проблемы формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза. Учитывая, что специалист в области менеджмента должен обладать не только конкретными знаниями, но и умениями оптимального поведения в различных коммуникативных ситуациях, одним из эффективных средств решения поставленных в исследовании задач выбраны традиционные и электронные кейсы.

Степень разработанности проблемы. Проблема формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации является предметом изучения педагогики, психологии, психолингвистики, теории коммуникации. В педагогике различным аспектам формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации посвящено немало работ зарубежных и отечественных авторов.

Среди научных направлений изучения теоретических и практических аспектов деловой коммуникации необходимо выделить менеджмент (Т. Ю. Анопченко [79], Е. И. Кривокопа [87], Н. Ю. Хрящева [197] и др.), теорию коммуникации (М. А. Василик [136], О. Л. Гнатюк [36], В. И. Максимов [109], В. П. Шейнов [226], П. В. Якупов [268] и др.), психологию (Майерс Дэвид [108], А. П. Шарухин [223], Л. В. Матвеева [111] и др.), педагогику (О. А. Баева [14], С. Л. Жукова [55], А. П. Панфилова [139] и др.).

Проблема формирования готовности студентов к деловой коммуникации нашла свое отражение в публикациях, связанных с реализацией данного процесса в различных сферах деятельности: готовность студентов экономических специальностей вуза к деловой коммуникации (Л. М. Ковтунович [76]), готовность будущих менеджеров туризма к деловой коммуникации (М. В. Дембровская [43]), готовность будущих госслужащих к деловой коммуникации (О. В. Игнашова [67]). Н. Н. Кузьминой выполнены изыскания по изучению и формированию готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации [92].

Важное место занимают исследования, посвященные изучению проблемы формирования готовности к деловой коммуникации при использовании приоритетных средств и методов: иммитационно-деятельностных игр (Н. В. Мельченкова [116]); деловых игр (Н. Б. Кудрявцева [91]); анализа проблемных ситуаций, метода проектов, кейс-метода (А. Х. Амир [3]); дискуссии, эмпирических заданий, ролевых игр (Н. Н. Кузьмина [92]) и др.

Необходимо отметить труды отечественных ученых по исследованию цифровой среды в профессиональном образовании (Н. В. Горбунова [38], В. Г. Лапин [99], Е. С. Мироненко [120] и др.). Проектирование данной среды в вузе расширяет возможности доступа к современным образовательным ресурсам, построения индивидуальных траекторий профессионального становления студентов, расширения коммуникации всех участников образовательных отношений.

Результат анализа диссертационных исследований показал, что в работе Н. А. Моисеенко [125] информационно-образовательная среда заявлена приоритетным средством формирования информационной культуры будущих инженеров (2006), И. А. Адаев [2] изучал формирование профессиональных компетенций у будущих учителей химии с использованием информационных технологий (2015), в диссертации О. В. Михалевой [123] цифровая образовательная среда направлена на формирование межкультурной коммуникации будущих бакалавров (2019), в работе К. В. Полупан [145] изучен процесс проектирования индивидуального образовательного маршрута студента в цифровой образовательной среде университета (2021).

Несмотря на значительный интерес ученых к исследованию цифровой образовательной среды в профессиональной подготовке студентов в вузе, проблема формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде по-прежнему остается мало изученной в педагогической науке.

Таким образом, наблюдаются следующие **противоречия**:

– на социально-педагогическом уровне – между растущей потребностью

государства и общества в компетентных специалистах в области менеджмента, готовых к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде, и ориентацией преподавателей вузов на использование традиционных форм, средств и методов взаимодействия с обучаемыми, препятствующей развитию коммуникативности студентов при использовании цифровых ресурсов;

– на *научно-теоретическом уровне* между важностью направленности профессиональной подготовки будущих менеджеров на деловую коммуникацию в цифровой образовательной среде вуза и теоретико-методологической обоснованностью процесса образования, опирающуюся на принципы знаниевой парадигмы, не позволяющей на достаточном уровне решать поставленные образовательные задачи;

– на *научно-методическом уровне* – между необходимостью и объективной возможностью формирования у будущих менеджеров готовности к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза и преобладанием бессистемного методико-технологического обеспечения данного процесса в системе высшего профессионального образования.

Обозначенные противоречия позволили сформулировать актуальную **проблему исследования**: каковы педагогические условия и технология формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза?

На основании анализа актуальности, противоречий и проблемы исследования нами сформулирована **тема** диссертации: «Формирование готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза».

Цель исследования – разработка и экспериментальная проверка комплекса педагогических условий и технологии формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза.

Объект исследования – профессиональная подготовка будущих менеджеров в условиях цифровизации высшего образования.

Предмет исследования – формирование готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде при профессиональной подготовке в вузе.

Гипотеза исследования: процесс формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза будет результативным, если:

– готовность будущего менеджера к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза рассматривается как интегративное профессионально-значимое качество личности, проявляющееся в мотивации и знаниях эффективного использования цифровой образовательной среды в освоении деловой коммуникации; в способности на теоретическом и практическом уровнях применять ресурсы цифровой образовательной среды вуза для отработки умений и опыта деловой коммуникации; в рефлексивной оценке процесса и результата формирования готовности к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде;

– содержательно-смысловое наполнение процесса формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза раскрывается в структурно-функциональной модели, разработанной на основе аксиологического, субъектно-средового и проблемно-коммуникативного подходов и включающей взаимозависимые блоки (целевой, теоретико-методологический, процессуально-методический и оценочно-результативный);

– педагогические условия формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза образуют комплекс, который и включает в себя: 1) вовлечение будущих менеджеров в активное освоение, использование и трансформацию цифровой образовательной среды университета при целенаправленном применении разных видов учебной коммуникации; 2) включение студентов в традиционные и дистанционные формы контактов с реальными и потенциальными партнерами для формирования у них устойчивой мотивации к деловой

коммуникации; 3) овладение будущими менеджерами разнообразными стратегиями и тактиками делового общения, рефлексией оценки его результата посредством решения традиционных и электронных кейсов;

– технология формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде будет процессуально представлена специально подобранными методами, дидактическими средствами и формами обучения на иерархически выстроенных этапах профессиональной подготовки обучающихся, а содержательно – компонентами готовности студентов к деловой коммуникации и программами учебных дисциплин коммуникативной направленности.

В соответствии с поставленной целью, объектом, предметом и выдвинутой гипотезой были поставлены следующие **задачи исследования**:

1) определить состояние поставленной проблемы в теории и практике высшего профессионального образования, утонить сущность и содержание понятия «готовность будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза»;

2) разработать структурно-функциональную модель формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза;

3) разработать и проверить в экспериментальной деятельности комплекс педагогических условий, обеспечивающих эффективное формирование готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза;

4) разработать и апробировать технологию реализации комплекса педагогических условий формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза.

Методологическая и теоретическая база исследования.

Теоретической базой исследования послужили учения и теории:

– теории коммуникации (М. А. Василик [136], В. Н. Куницына [94], А. П. Панфилова [139], и др.); фундаментальной теории личности и ее развития

в деятельности (Л. С. Выготский [32], В. В. Давыдов [149], А. А. Леонтьев [101], С. Л. Рубинштейн [152] и др.); исследования в области педагогического моделирования и проектирования (В. М. Монахов [127], А. Н. Дахин [41], В. В. Краевский [84], И. А. Колесникова [77] и др.).

М. И. Дьяченко [47] и В. С. Мерлин [117] изучали проблему готовности человека к эффективной профессиональной деятельности; М. В. Дембровской [43], О. В. Игнашовой [67], Л. М. Ковтунович [76], Л. Л. Лашковой [100] и др. посвятили свои научные работы изучению вопросов готовности будущих специалистов к общению.

Проблема деловой коммуникации стала предметом самостоятельного исследования как отечественных (А. А. Бодалев [21], М. А. Василик [136], В. Н. Лавриненко [98], В. И. Максимов [109], А. П. Панфилова [139] и др.), так и зарубежных (К. Черри [211], Росс Джордж [151] и др.) ученых.

Характеристика и структура цифровой образовательной среды представлены в научных трудах О. А. Ильченко [68], В. Г. Лапина [99], Е. С. Мироненко [120] и др.

Методологическая база исследования представлена:

– на философском уровне аксиологическим подходом (Н. А. Иванова [64], М. С. Каган [71], Т. В. Любова [106], В. А. Ядов [259], Е. В. Яковлев [260], Н. О. Яковлева [266] и др.).

– на общенаучном уровне – субъектно-средовым подходом (Ю. С. Мануйлов [110], М. О. Мдивани [168], О. Б. Рубцова [154], Е. М. Харланова [193], В. А. Ясвин [271] и др.);

– на конкретно-научном уровне – проблемно-коммуникативным подходом (А. В. Брушлинский [25], О. Ю. Искандарова [69], А. В. Кот [82], В. Т. Кудрявцев [89], А. М. Матюшкин [113], А. Р. Филиппова [183] и др.).

Экспериментальная база исследования

Экспериментальная работа проводилась на базе БУ «Сургутский государственный педагогический университет». Всего в педагогическом эксперименте участвовало сто тридцать пять студентов-бакалавров,

обучающихся по направлению подготовки «Управление персоналом», а также семьдесят шесть преподавателей данной образовательной организации.

Этапы диссертационного исследования

Диссертационное исследование проводилось с 2016 по 2021 год и включало три этапа.

Первый этап – *организационно-подготовительный* (2016–2017 гг.). На данном этапе проведен анализ научной литературы; определены теоретико-методологические основания исследования; уточнен понятийный аппарат; сформулированы первичная гипотеза, цель и задачи исследования. Разработана структурно-функциональная модель формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза. Осуществлен констатирующий эксперимент, включающий сбор и анализ эмпирического материала.

Второй этап – *содержательно-процессуальный* (2017–2018 гг.). Данный этап предусматривал разработку, обоснование и экспериментальную проверку технологии формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза.

Третий этап – *аналитико-корректирующий* (2018–2021 гг.). На данном этапе уточнены теоретические позиции, описаны полученные в ходе экспериментального исследования результаты работы по формированию готовности к деловой коммуникации у будущих менеджеров в цифровой образовательной среде вуза, сформулированы выводы, проведено оформление диссертационной работы.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

1. Уточнена структура готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации, включающая когнитивный, мотивационно-ценностный и коммуникативно-деятельностный компоненты.

2. Разработана структурно-функциональная модель, объединяющая целевой, теоретико-методологический, процессуально-методический и оценочно-результативный компоненты; обеспечивающая переход будущих

менеджеров на более высокий уровень сформированности готовности к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза путем реализации аксиологического, субъектно-средового и проблемно-коммуникативного подходов.

3. Разработан комплекс педагогических условий формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза, включающий: вовлечение будущих менеджеров в активное освоение, использование и трансформацию цифровой образовательной среды университета при целенаправленном применении разных видов учебной коммуникации; включение студентов в традиционные и дистанционные формы контактов с реальными и потенциальными партнерами для формирования у них устойчивой мотивации к деловой коммуникации; овладение будущими менеджерами разнообразными стратегиями и тактиками делового общения, рефлексией оценки его результата посредством решения традиционных и электронных кейсов.

4. Разработана и обоснована технология формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза, которая содержательно представлена компонентами готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации и программами учебных дисциплин коммуникативной направленности; процессуально представлена специально подобранным методическим инструментарием, реализуемым на последовательно выстроенных этапах.

Теоретическая значимость результатов исследования заключается в том, что результаты работы расширяют теоретические представления о сущности формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза, за счет:

1) уточнения сущности и структуры ключевого понятия «готовность будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза»;

2) представления анализа современного состояния исследуемой

проблемы, позволяющего теоретически обосновать возможности формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза;

3) обоснования принципов релевантности, диалогичности, практико-ориентированности, интегративности, которые выступают основой проектирования образовательных программ высшего образования, выбора методического инструментария, обеспечивающего эффективное формирование готовности студентов к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза;

4) выявления критериев и показателей уровня сформированности готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации, что обеспечивает адекватную проверку эффективности разработанных педагогических условий, модели и технологии.

Практическая значимость исследования состоит в том, что

1) в образовательной практике БУ «Сургутский государственный педагогический университет» апробирована технология и комплекс педагогических условий формирования готовности к деловой коммуникации у будущих менеджеров в цифровой образовательной среде вуза, что является существенным вкладом в процесс модернизации процесса профессиональной подготовки обучающихся в условиях цифровой трансформации коммуникаций в обществе;

2) экспериментально проверен диагностический инструментарий, представленный критериями, показателями и диагностическими методиками, позволяющий оценить эффективность рассматриваемого процесса;

3) разработаны и апробированы в практике вуза методические рекомендации по применению различных информационных ресурсов образовательной среды, традиционных и электронных кейсов, которые могут быть широко использованы в процессе профессиональной подготовки будущих менеджеров к деловой коммуникации.

Личный вклад автора состоит в теоретико-методологическом

обосновании поставленной проблемы, определении содержания понятийного аппарата исследования, в разработке структурной модели готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации и структурно-функциональной модели формирования данного вида готовности в цифровой образовательной среде университета, определяется положительным опытом работы в качестве разработчика технологии реализации педагогических условий, онлайн-курса, традиционных и электронных кейсов, получении научных результатов, изложенных в диссертации и опубликованных работах.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Готовность будущих менеджеров к деловой коммуникации – это интегративное профессионально-значимое качество личности, проявляющееся в мотивации и знаниях эффективного использования цифровой образовательной среды в освоении деловой коммуникации; в способности на теоретическом и практическом уровнях применять ресурсы цифровой образовательной среды вуза для отработки умений и опыта деловой коммуникации; в рефлексивной оценке процесса и результата формирования готовности к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде.

2. Структурно-функциональная модель формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде наглядно отражает логику процесса и включает в себя целевой, теоретико-методологический, процессуально-методический и оценочно-результативный блоки; модель, спроектированная на основе методологических подходов (аксиологического, субъектно-средового, проблемно-коммуникативного) и принципов (релевантности, диалогичности, практико-ориентированности, интегративности), обеспечивает будущим менеджерам переход на более высокий уровень сформированности готовности к деловой коммуникации за счет реализации представленных в её составе педагогических условий и технологии.

3. Комплекс педагогических условий формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде

включает в себя: 1) вовлечение будущих менеджеров в активное освоение, использование и трансформацию цифровой образовательной среды университета при целенаправленном применении разных видов учебной коммуникации; 2) включение студентов в традиционные и дистанционные формы контактов с реальными и потенциальными партнерами для формирования у них устойчивой мотивации к деловой коммуникации; 3) овладение будущими менеджерами разнообразными стратегиями и тактиками делового общения, рефлексией оценки его результата посредством решения традиционных и электронных кейсов.

4. Технология формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза отражает содержательные и процессуальные характеристики образовательного процесса в вузе:

– содержательная характеристика обеспечивает выбор содержания электронных рабочих программ на основе знаний о деловой коммуникации, ценностного отношения к эффективной деловой коммуникации в профессии менеджера, способов коммуникативной деятельности;

– процессуальная характеристика обуславливает использование специально подобранного методического инструментария на последовательно выстроенных этапах: на содержательно-процессуальном этапе для формирования профессиональных знаний в области деловой коммуникации применение электронных образовательных ресурсов, проблемных лекций, решение профессиональных задач с аналитической беседой и др.; на мотивационном этапе для формирования ценностного отношения к деловой коммуникации использование мультимедийных средств, вебинаров с работодателями, ситуационно-ролевых игр и др.; на коммуникативно-деятельностном для формирования умений по решению коммуникативных задач в области менеджмента реализацию традиционных и электронных кейсов, мастер-классов, интенсив-тренинги и др.).

Апробация и внедрение результатов исследования. Полученные в

исследовательской деятельности результаты обсуждены на научных семинарах аспирантуры и заседаниях кафедры педагогического и специального образования БУ «Сургутский государственный педагогический университет». Теоретические положения и экспериментальные данные диссертации представлены на международных конференциях, отражены в четырех научных статьях, опубликованных в журналах, входящих в реестр ВАК Минобрнауки РФ и в двух публикациях в журналах, входящих в международную реферативную базу данных и систему цитирования Scopus. Материалы диссертационного исследования представлены в 15 авторских публикациях.

Структура диссертации: работа включает введение, основную часть, состоящую из двух глав, шести параграфов, заключение, список литературы из 312 источников, четырех приложений. Текст размещен на 216 страницах, содержит 42 таблицы и 33 рисунка.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ГОТОВНОСТИ БУДУЩИХ МЕНЕДЖЕРОВ К ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В ЦИФРОВОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЕ ВУЗА

1.1. Анализ состояния проблемы формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза

Целью настоящего параграфа диссертации является представление теоретического анализа проблемы формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза. Определено состояние поставленной проблемы в теории и практике высшего профессионального образования, уточнены сущность и содержание понятий «коммуникация», «деловая коммуникация», «цифровая образовательная среда» «готовность будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза».

Осмысление проблем человеческой коммуникации до XIX века осуществлялось преимущественно в философии. В XX веке значительный вклад в развитие методологии исследования коммуникативных процессов внесли социология, культурология, лингвистика, психология и педагогика [30].

Сегодня человеческое общение представляется как многосторонний процесс, изучаемый многими науками. Некоторые отечественные психологи (Л. С. Выготский [32], А. А. Леонтьев [102] и др.) отождествляют понятия «общение» и «коммуникация». Зарубежный автор Ч. Х. Кули разделяет данную позицию [93]. К. Черри интерпретирует ее как социальное общение с использованием многочисленных связей, среди которых главными являются человеческая речь и язык [211; с. 23-24]. Мы также считаем возможным отождествлять понятия «коммуникация» и «общение».

Приведем другие определения понятия «коммуникация», встречающиеся в научной литературе (таблица 1).

Таблица 1 – Представление о коммуникации различных авторов

Наука	Ф. И. О. автора	Определение
Философия	Василик М. А.	Коммуникация – двусторонний процесс. Отправитель и получатель информации в равной степени взаимодействуют друг с другом, обмениваются сообщениями (сигналами) [136; с.134]
Философия	Каган М. С.	Коммуникация – информационная связь субъекта с определенным объектом [71].
Социология	Кули Ч. Х.	Коммуникация – механизм, посредством которого существуют и развиваются человеческие связи (символы ума со средствами их передачи в пространстве и сохранения во времени) [93].
Психология	Бодалев А. А.	Коммуникация представляет взаимодействие людей, содержание которого – обмен информацией с помощью различных средств (вербальных и невербальных) [21].
Педагогика	Панфилова А. П.	Коммуникация – процесс передачи информации эмоционального и интеллектуального содержания [139; с. 14].

Междисциплинарный характер представленной дефиниции позволяет констатировать двусторонний характер коммуникации: говорящий и слушающий постоянно меняются ролями, обмениваясь информацией. Информационная связь объединяет коммуникантов. При этом особую роль в коммуникации играют средства передачи информации во времени и пространстве (вербальные и невербальные). Овладение интерактивной функцией позволяет формировать умение «слушать и слышать», быть экспрессивным, уметь мобилизоваться и принимать решения. Интерактивность коммуникации основана на диалогичности. В процессе диалога не только развиваются умения точно выразить свои мысли словесно, но и осуществляется выработка умений совместного решения проблем путем выбора наиболее эффективных стратегий. Назначением перцептивной функции является адекватное оценивание партнера по общению, умение «считывать» изменения в лице, голосе, жесте; устанавливать необходимый контакт; по первому впечатлению прогнозировать ход общения.

Классификация знаний позволяет определять специфику социальных явлений в разных сферах и осуществлять моделирование коммуникативного

процесса. Вместе с тем, определение средств, каналов, стиля коммуникации зависит от личностных особенностей ее участников.

В научной литературе и образовательной практике часто используют термины «деловое общение» и «деловая коммуникация». Исходя из отождествления понятий «общение» и «коммуникация», мы пришли к позиции синонимичности данных терминов.

Рассмотрим некоторые определения понятий «деловое общение» и «деловая коммуникация» в научной литературе (таблица 2).

Таблица 2 – Определение понятий «деловое общение» и «деловая коммуникация» в научной литературе

№ п.п.	Автор	Определение понятия
1.	Баева О. В.	Деловое общение – вид межличностного общения, направленного на достижение конкретной предметной договоренности» [14]
2.	Василик М. А.	Деловая коммуникация – вид коммуникации, цель которой лежит за пределами обыденного общения и направлена на решение определенной задачи [136; с. 130].
3.	Власов Л. В., Сементовская В. К.	Деловое общение – официальный контакт, имеющий обратную связь [31; с.79]
4.	Гавра Д. П	Деловая коммуникация – процесс взаимодействия деловых партнеров, направленный на организацию и оптимизацию предметной деятельности (производственной, научной, педагогической и др.) [34; с.12].
5.	Жукова С. Л.	Деловое общение – взаимодействие людей в процессе профессиональной деятельности, связанное с их официальной ролью [55; с.3].
6.	Лавриненко В. Н.	Деловое общение – межличностное общение с целью организации и оптимизации того или иного вида предметной деятельности: производственной, научной, коммерческой, управленческой и т.д. [98].
7.	Максимов В. И.	Деловое общение – взаимодействие людей, которое подчинено решению производственной, научной, или коммерческой задачи. Цель такого взаимодействия лежит за пределами процесса общения [109].
8.	Панфилова А. П.	Деловая коммуникация – коммуникативная предметно-целевая и по преимуществу профессиональная деятельность в сфере социально-правовых и экономических отношений [140].
9.	Хрящева Н. Ю.	Деловое общение – психологическое взаимодействие людей, направленное на реализацию задач, стоящих перед ними в их совместной деятельности [197; с. 14].

Для нашего исследования значима позиция В. И. Максимова, который выделяет главную цель осуществления деловой коммуникации – решение определенной задачи (производственной, научной, коммерческой и т. д.) [109]. Вместе с тем, по мнению Л. В. Власова и В. К. Сементовской, важно учитывать, что в деловой коммуникации должна быть обратная связь [31]. Партнеры в ходе деловой коммуникации должны взаимодействовать как личности, выполняя определенные роли (В. И. Максимов) [109].

Соглашаясь с точкой зрения А. П. Панфиловой, отметим, что для реализации деловой коммуникации необходима организация следующих условий [143; 20]:

- установление контактов вне зависимости от симпатий и антипатий деловых партнеров;
- постоянный учет поставленной цели в деловой коммуникации;
- ролевое поведение, субординация, деловой этикет;
- коммуникативный контроль участников коммуникации;
- формальные ограничения.

Исходя из позиций В. Н. Куницыной [94], Л. А. Петровской [142], Г. В. Бороздина [24], можно выделить следующие виды деловой коммуникации по цели их осуществления (таблица 3).

Таблица 3 – Классификация видов деловой коммуникации по цели их осуществления

Цель деловой коммуникации	Виды деловых коммуникаций
Обмен информацией между субъектами и объектами управления	Деловое совещание
Создание информационных каналов для обмена информацией между сотрудниками и группами для координации их действий и регулирования информационных потоков для повышения оперативности управления	Виртуальное (дистанционное) общение по локальной сети или сети Интернет через социальные сети или внутренние ресурсы предприятия
Установление межличностных отношений в процессе работы для дальнейшего принятия эффективных управленческих решений	Деловая беседа Переговоры Деловой телефонный разговор

В каждом виде деловой коммуникации ее участники принимают разные ролевые позиции, которые во многом определяют стиль поведения. К примеру,

Р. Фишер и У. Юри [258] выделяют следующие роли деловых партнеров в деловых переговорах (таблица 4).

Таблица 4 – **Классификация ролей деловых партнеров**

Роли деловых партнеров	Цель	Стиль переговоров
Участники-друзья	Достижение соглашения при сохранении отношений любой ценой	Мягкий стиль
Участники-противники	Достижение своей цели (победы) любой ценой.	Жесткий стиль
Участники, совместно решающие проблему	Получение разумного результата при сохранении отношений	Рациональный стиль

Для исследования готовности к деловой коммуникации необходимо обратить внимание на формальную и ритуальную коммуникацию, так как деловая коммуникация объединяет их свойства и направлена на решение конкретной задачи. По мнению А. А. Бодалева, как в ритуальной, так и в формальной коммуникации коммуниканты обязательно придерживаются отведенных им ролей и правил поведения [21]. Поскольку деловая коммуникация в основном связана со сферой бизнеса, от ее качества зависят взаимопонимание и согласованность действий субъектов совместной коммерческой деятельности.

А. П. Панфилова выделяет такие виды коммуникаций в деловой сфере, как познавательную, убеждающую и экспрессивную [139, с. 35]. Более подробное описание вышеперечисленных видов представлено в таблице 5.

Таблица 5 – **Виды коммуникаций в деловой сфере**

№п/п	Вид коммуникации	Особенности коммуникации	Коммуникативные формы
1.	Познавательная коммуникация	В ходе такой коммуникации деловые партнеры имеют возможность получить новую актуальную для них информацию, понять ее и переработать, использовать в профессиональной деятельности.	Беседа, доклад, сообщение, семинар, отчет и др.

Продолжение таблицы 5

2.	Убеждающая коммуникация	Задача делового партнера заключается в убеждении своего оппонента в целесообразности и правильности способов действий при воздействии на чувства.	Дискуссия, комплимент, круглый стол переговоры, спор, презентация, пресс-конференция, напутствие и др.
3.	Экспрессивная коммуникация	Приоритетным направлением такой коммуникации является передача переживаний и эмоций, побуждающих делового партнера к необходимым действиям.	Беседа брифинг, лозунг, митинг, презентация, призыв, рассказ о ситуации в фирме, собрание, мозговой штурм и др.

При анализе данных видов коммуникации можно констатировать, что благодаря процессу деловой коммуникации осуществляются сбор, анализ и систематизация информации как внутри организации, так и за ее пределами, обеспечивается необходимый уровень взаимодействия с деловыми партнерами.

В процессе такого взаимодействия считаем возможным выделить такие формы деловой коммуникации, как деловая беседа, деловой разговор по телефону, деловые переговоры, служебное совещание, деловая дискуссия, пресс-конференция, деловая переписка, публичное выступление [139, с. 20]. Представим описание целей наиболее значимых для нашего исследования форм деловой коммуникации более подробно в таблице 6.

Таблица 6 – **Формы деловой коммуникации и их целевая установка**

Форма деловой коммуникации	Целевая установка
Деловая беседа	Разрешение проблем в области деловой коммуникации или установление деловых контактов с деловыми партнерами
Деловой разговор по телефону	Установление оперативной связи при использовании этики деловой коммуникации по телефону
Деловые переговоры	Обмен мнениями, выработка взаимоприемлемого решения задач в области менеджмента
Деловая переписка	Обмен деловыми письмами преимущественно по электронной почте для взаимодействия с удаленными деловыми партнерами

Особое внимание в нашем исследовании следует обратить на устную деловую коммуникацию менеджеров. А. П. Панфилова определяет необходимость их знаний о значении и сущности деловой коммуникации в профессиональной деятельности [139, с. 25].

Вместе с тем, В. И. Максимов [109] и М. А. Василик [136] уточняют, что эффективная деловая коммуникация осуществляется при использовании различных коммуникативных стратегий и тактик. Стратегия деловой коммуникации реализуется благодаря таким речевым тактикам, как речевые приёмы, позволяющие достичь определённых целей в конкретной ситуации. При взаимодействии в деловой сфере выбор тактики («приведение примера», «положительная самопрезентация», «провокация» и др.) зависит от многих факторов: возраста, социального статуса, пола, профессии и др. [139, с. 214].

Следует отметить, что деловая коммуникация может иметь стратегический характер. В этом случае речевая активность говорящего направлена на то, чтобы заставить другого действовать в его интересах. Этот подход позволяет выявить специфические коммуникативные техники, нацеленные на подчинение партнера [103; 214]. К таким техникам деловой коммуникации в области менеджмента можно отнести технику активного слушания, технику постановки вопросов, аргументации и контраргументации.

Для определения структуры готовности к деловой коммуникации важно учесть позицию А. П. Панфиловой, которая в профессиональной деятельности менеджера особое значение придает осознанию ценности эффективной деловой коммуникации и наличию коммуникативного намерения в ее реализации [139; с. 12]. Кроме того, при организации деловой коммуникации важны умения говорения, которые связаны с такими качествами культуры речи, как точность, логичность и уместность [28; с. 56]. Вышеуказанные аспекты деловой коммуникации, на наш взгляд, станут основой для практического решения специалистами коммуникативных задач и принятия управленческих решений.

Следование критерию выразительности речи, по нашему мнению, поможет студентам развивать сообразительность, языковое чутье, эстетические чувства, повысит восприимчивость в ходе деловой коммуникации. Кроме того, в коммуникации менеджера особую роль играет чистота речи. Засоряют речь слова, запрещенные этическими нормами общения (вульгаризмы, жаргонизмы), местные слова (диалектизмы, регионализмы), неоправданное употребление заимствованных слов и др. Засорение речи менеджера говорит о проявлении его неумения ясно мыслить, подбирать нужные слова и бедности его словарного запаса.

Для успешной реализации задач деловой коммуникации будущему менеджеру необходим определенный уровень профессиональной готовности. По мнению Е. В. Ананьиной, под «готовностью» понимается активно-действенное состояние человека, установка на определенное поведение, мобилизованность сил для выполнения конкретной задачи [4].

Н. Н. Кузьмина трактует готовность как психическое состояние, особое проявление личности, занимающее промежуточное положение между психическими процессами и свойствами человека [92]. В рамках данного определения готовность рассматривается во взаимосвязи с установкой к деятельности.

По мнению В. А. Крутецкого, «ансамбль», синтез свойств личности есть готовность к деятельности. Такая готовность не может быть обусловлена только наличием способностей в собственном смысле слова, она может быть обусловлена только всем комплексом необходимых свойств личности, касающихся как интеллектуальной, так и эмоциональной и волевой сфер [88]. Опираясь на данное определение, мы трактуем готовность будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза как интегративное профессионально-значимое качество личности, проявляющееся в мотивации и знаниях эффективного использования цифровой образовательной среды в освоении деловой коммуникации; в способности на теоретическом и практическом уровнях применять ресурсы

цифровой образовательной среды вуза для отработки умений и опыта деловой коммуникации; в рефлексивной оценке процесса и результата формирования готовности к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде

Структура готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации представлена нами на рис. 1.

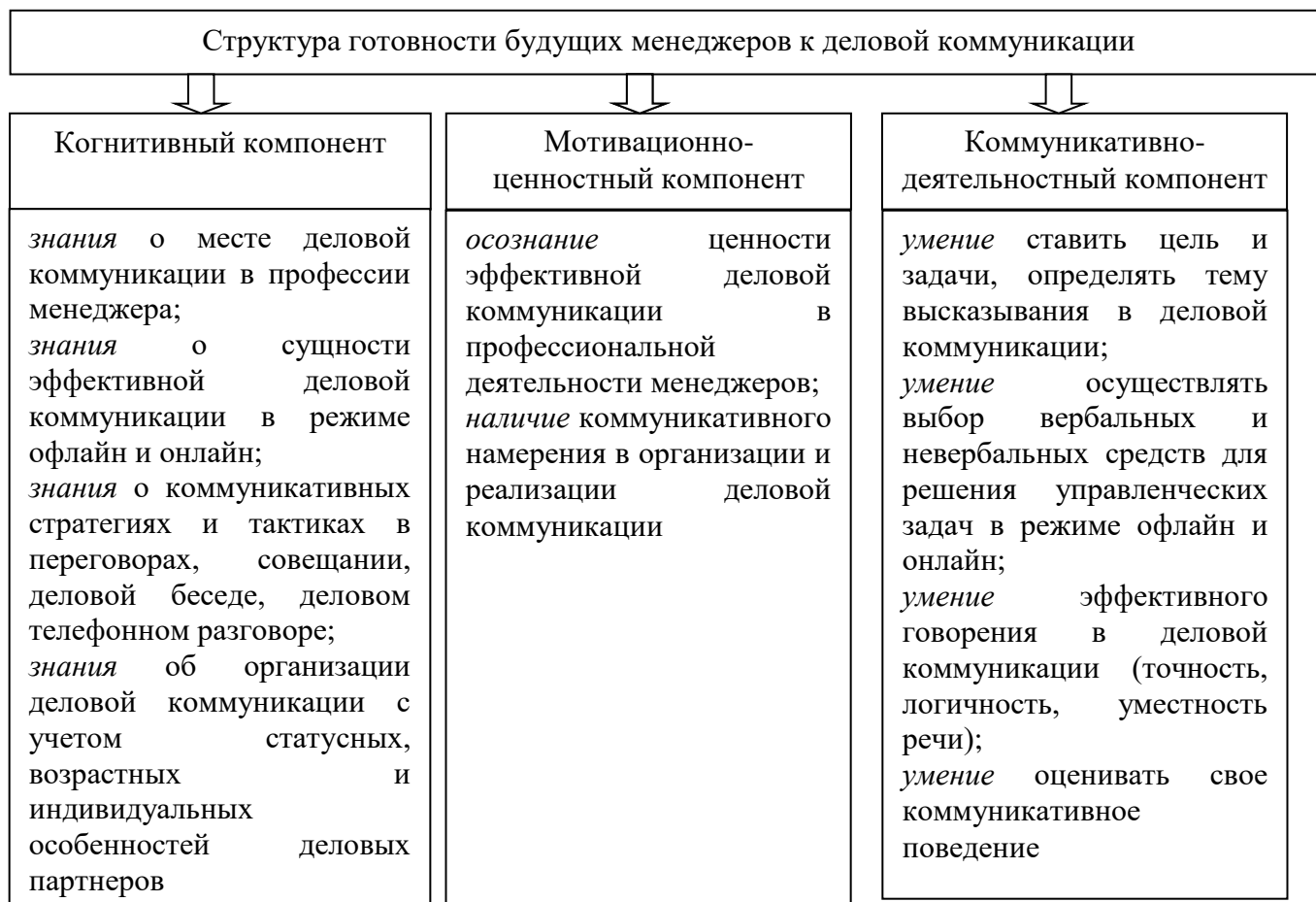


Рисунок 1 – Структурные составляющие готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации

Исследованию основных проблем формирования готовности человека к профессиональному общению посвящены многие исследования: к примеру, Л. М. Ковтунович [76], Р. А. Коновалова [80], Н.Я. Чекулаева [205], М. В. Дембровская [43]), О. В. Игнашова [67] исследовали готовность будущих специалистов к иноязычной коммуникации; в работах О. В. Синяевой [161], И. С. Дементьева [44] и Г. Г. Девятовой [42] рассматривался вопрос формирования готовности к межкультурной коммуникации. Вместе с тем, формирование готовности студентов к деловой коммуникации в цифровой

образовательной среде вуза недостаточно изучено.

В настоящем исследовании формирование готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации мы планируем реализовать в цифровой образовательной среде вуза, которая представляет, по нашему мнению, единое информационное пространство университета, объединяющее программно-методические, организационные и технические ресурсы.

В исследовании Е. С. Мироненко [120] выделены элементы цифровой образовательной среды (рис. 2). Использование данных элементов, по нашему мнению, значительно повлияет на решение задач экспериментальной деятельности по формированию готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде университета.

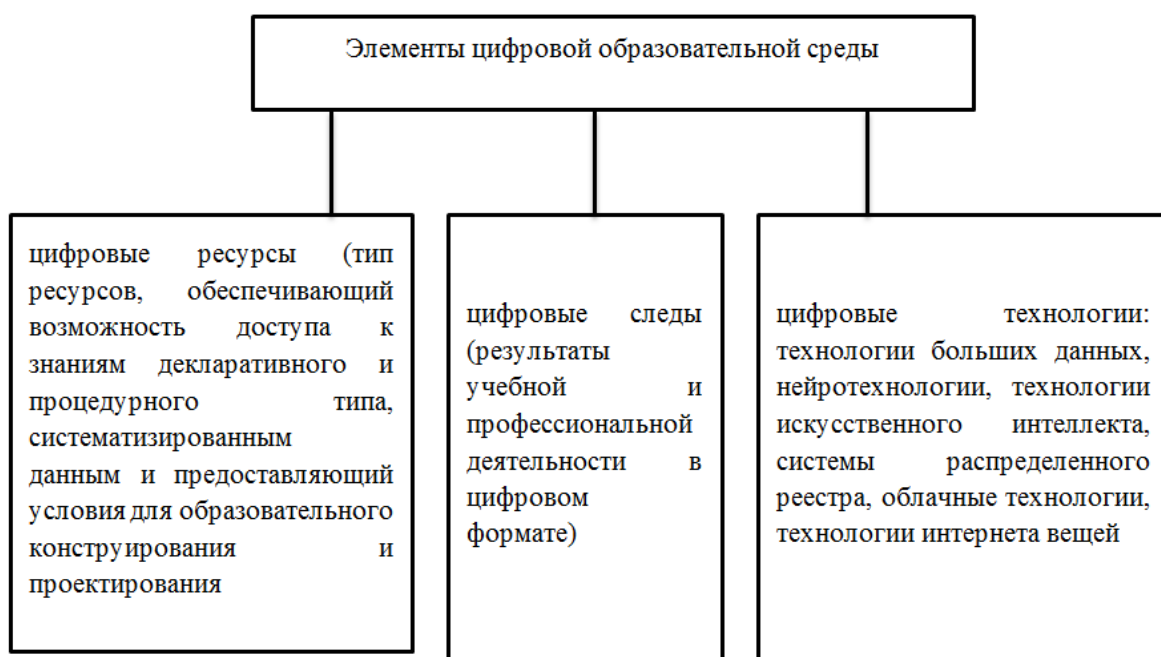


Рисунок 2 – Элементы цифровой образовательной среды

Задачами внедрения цифровой образовательной среды являются:

- 1) повышение доступности образования и расширение возможностей обучающихся;
- 2) освоение образовательных программ в любое время и независимо от места нахождения студентов;
- 3) повышение эффективности и качества образования за счет интеграции электронных и классических форм обучения;

- 4) обеспечение индивидуальной траектории обучения;
- 5) обеспечение участия университетов в глобальном образовательном процессе.

Цифровая образовательная среда даёт возможность студентам выбора времени и места обучения. В современной нестабильной экономической ситуации человеку на рынке труда необходимо быть гибким, мобильным, в этом ему помогает рынок образовательных услуг. Сегодня особенно популярны программы переподготовки и повышения квалификации, в том числе в области управления персоналом. В настоящем исследовании мы говорим о необходимости применения цифровой образовательной среды для профессиональной подготовки будущих менеджеров. В связи с этим, вузам необходимо обеспечить студентов инструментами для осознанного выбора, навигацией в данной среде, надёжными средствами оценки их эффективности. В век современных технологий на помощь университетам может прийти искусственный интеллект, а для этого необходимо знать чуть больше об обучающихся, поэтому необходимы цифровые следы студента (как он посещал занятия, его личные качества, успеваемость, какие компетенции он освоил и многое другое). К примеру, идея использования электронных дневников от детского сада до окончания вуза уже не звучит утопично.

Другим примером может служить использование нейросетей вузами и бизнесом. Так, некоторые российские регионы подключилась к суперкомпьютеру «Кристофари»: студенты и педагоги, разрабатывая нейросети, могут использовать данный суперкомпьютер, что позволяет обрабатывать любые массивы данных, программисты получили возможность использовать данные облачные технологии.

Активное применение цифровых технологий в заявленном нами процессе побуждает к поиску и разработке цифровых образовательных ресурсов. Рассматривая кейс-метод для формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде, в качестве эффективного инструмента методического сопровождения данного процесса

мы предлагаем традиционные и электронные кейсы. Такие кейсы способствуют формированию у студентов не только новых коммуникативных знаний, но и интереса, позитивной мотивации к выбранной профессии, умений осуществлять сознательный выбор стратегий и тактик в деловой коммуникации.

Традиционный кейс представляет описание смоделированной коммуникативной ситуации, содержащей в себе определенную проблему, не всегда имеющей единственно правильное решение. Электронный вариант кейса предполагает решение данной ситуации в информационно-образовательном пространстве университета.

Таким образом, в данном параграфе представлен понятийно-категориальный аппарат заявленного нами исследования. Исходя из анализа содержания коммуникативной составляющей профессии менеджера, а также подходов к определению понятий «деловая коммуникация», «готовность к деловой коммуникации», «цифровая образовательная среда», осуществлено уточнение понятия «формирование готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза». Данный процесс мы понимаем, как овладение студентами при использовании электронных образовательных ресурсов вуза профессионально значимыми знаниями и умениями, позволяющим им осуществлять деловую коммуникацию в области менеджмента.

1.2. Структурно-функциональная модель формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза

В данном параграфе описана структурно-функциональная модель формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза. Представлены сущность и содержание целевого, теоретико-методологического, методически-процессуального,

оценочно-результативного блоков разработанной автором модели; а также методологических подходов (аксиологического, субъектно-средового, проблемно-коммуникативного) и принципов (релевантности, диалогичности, практико-ориентированности, интегративности), наглядно отражающих логику, последовательность и динамику реализации процесса формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде университета.

Наглядное представление исследуемой в диссертации проблемы формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации решается нами с применением метода моделирования. И. Б. Новик рассматривает моделирование как «опосредованное практическое или теоретическое исследование объекта, при котором непосредственно изучается не сам интересующий нас объект, а некоторая вспомогательная искусственная или естественная система: 1) находящаяся в некотором объективном соответствии с познаваемым объектом; 2) способная замещать его в определенных отношениях; 3) дающая при ее исследовании, в конечном счете, информацию о самом моделируемом объекте» [135; с. 23].

Кроме того, моделирование Р. С. Немовым рассматривается как метод исследования, предполагающий построение некоторого образца, аналога или модели изучаемого процесса или явления и дальнейшее исследование соответствующего процесса или явления с помощью созданной его модели [132; с. 215]; Б. Д. Парыгин определяет его как один из методов познания и преобразования мира, который применяется при исследовании и преобразовании явлений в любой сфере деятельности [141; с. 322]; В. М. Полонский указывает на него, как на теоретический метод исследования процессов и состояний при помощи их реальных (физических) или идеальных моделей [144; с. 150].

В соответствии с приведенными определениями, применение метода моделирования к предмету нашего исследования предполагает построение структурно-функциональной модели формирования готовности будущих

менеджеров в цифровой образовательной среде вуза, а также исследование данного процесса с помощью этой модели. Моделирование представляет собой циклический процесс и включает несколько этапов. С. А. Нефедов, П. В. Турчин выделяют три этапа в процессе моделирования [133; с. 153-167].

Первый этап построения модели предполагает наличие некоторых знаний об объекте-оригинале. Познавательные возможности модели, считают авторы, обуславливаются тем, что модель отображает (воспроизводит, имитирует) какие-либо существенные черты объекта-оригинала. Вопрос о необходимой и достаточной мере сходства оригинала и модели требует конкретного анализа. Модель, по их мнению, утрачивает свой смысл как в случае тождества с оригиналом (тогда она перестает быть моделью), так и в случае чрезмерного во всех существенных отношениях отличия от оригинала.

На втором этапе модель выступает как самостоятельный объект исследования. Одной из форм такого исследования является проведение «модельных» экспериментов, при которых сознательно изменяются условия функционирования модели и систематизируются данные о ее «поведении». Конечным результатом этого этапа является множество (совокупность) знаний о модели.

На третьем этапе осуществляется перенос знаний с модели на оригинал – формирование множества знаний. Одновременно происходит переход с «языка» модели на «язык» оригинала. Процесс переноса знаний проводится по определенным правилам. Знания о модели должны быть скорректированы с учетом тех свойств объекта-оригинала, которые не нашли отражения или были изменены при построении модели.

Четвертый этап – практическая проверка получаемых с помощью моделей знаний и их использование для построения обобщающей теории объекта, его преобразования или управления им.

Основным результатом метода моделирования является модель, под которой В. А. Штофф понимает «мысленно представляемую или материально реализованную систему, которая, отображая или воспроизводя объект

исследования, способна замещать его так, что ее изучение дает новую информацию об этом объекте» [239; с. 5]. В нашем исследовании примем за основу определение модели как материального или абстрактного объекта, имеющего сходство в определенных отношениях с оригиналом и служащего для исследователя средством фиксации известной и полученной новой информации об оригинале.

При этом, чтобы некоторый объект был моделью другого объекта, называемого оригиналом, он должен, по мнению Е. В. Яковлева, удовлетворять следующим условиям: 1) быть системой; 2) находиться в некотором отношении сходства с оригиналом; 3) отличаться в определенных параметрах от оригинала; 4) в процессе исследования замещать оригинал в определенных отношениях; 5) обеспечивать получение нового знания об оригинале в результате исследования. Ученый предлагает классификацию видов моделей, среди которых представлены те модели, построение которых осуществляется для более глубокого изучения педагогических явлений: это структурно-функциональные, функционально-структурные, организационные, образовательные, процессные, компетентностные и математические модели [266].

Структурно-функциональная модель в настоящем исследовании является моделью процесса формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза, которая позволяет студентам успешно решать проблемы в системе управления (рис.3). Следует отметить, что структурная часть модели демонстрирует внутреннюю организацию оригинала, а функциональная часть представлена характерными для разработанной системы устойчивые способы поведения (функции).

Представляя содержание структурно-функциональной модели отметим, что социальный заказ по формированию готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации обуславливает целеполагание перед высшей школой, которое отражено в ряде государственных документов: Национальном проекте «Образование», Законе «Об образовании в Российской Федерации».

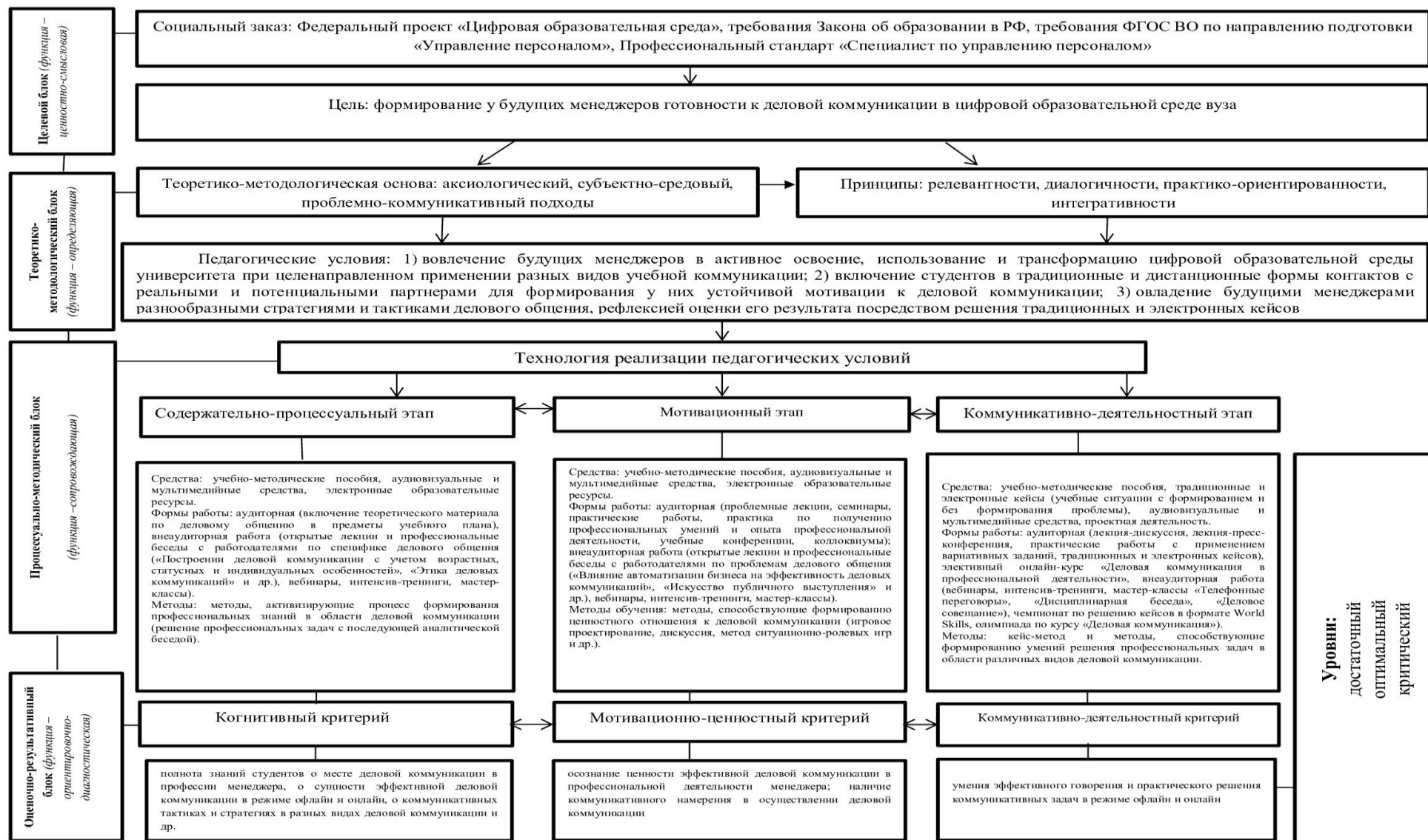


Рис. 3 - Структурно-функциональная модель формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации

Необходимость коммуникативной готовности будущих менеджеров определена в ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.03 «Управление персоналом» (бакалавр), а также в Профессиональном стандарте «Специалист по управлению персоналом».

Опишем более подробно содержание и сущность блоков разработанной нами структурно-функциональной модели. Прежде всего обратимся к **целевому блоку** разработанной нами модели, поскольку именно цель является основанием для проектирования возможных результатов. В нашей диссертационной работе цель трактуется как предвидение результатов научно-исследовательской деятельности, опережающее отражение событий в сознании исследователя. В нашем случае – это предвосхищение результатов обучения деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза, в соответствии с которыми затем отбираются и соотносятся между собой формы, средства, методы технологические инструменты заявленного процесса.

Говоря о формировании у бакалавров готовности к деловой коммуникации, следует иметь в виду конкретный предмет той или иной цели. В частности, речь идет о качественном преобразовании когнитивной, мотивационно-ценностной и деятельностной сферы будущего менеджера, которые в своей совокупности обеспечивают определенный уровень профессиональных знаний и умений в области установления контактов с деловыми партнерами.

Смысловая основа данной цели определяется существующим государственно-общественным заказом на подготовку квалифицированных менеджеров, обуславливается положениями Профессионального стандарта и ФГОС ВО. Назначением целевого блока является определение направлений профессиональной подготовки будущих менеджеров и прогнозируемого уровня развития их готовности к деловой коммуникации.

Средствами достижения данной цели являются задачи. На содержательно-процессуальном этапе основное внимание уделяется решению следующих задач: формировать знания студентов о сущности деловой

коммуникации, ее значении в профессии менеджера; а также правильное понимание коммуникативных тактик и стратегий, правил их использования при решении профессиональных проблем.

На мотивационном этапе акцент ставится на таких задачах, как: развивать мотивацию использования коммуникативных тактик и стратегий при решении конкретно поставленных проблем в области менеджмента, формировать ценностное отношение к профессии менеджера и к деловой коммуникации в данной профессии.

Коммуникативно-деятельностный этап затрагивает следующие задачи: развивать умения видеть профессиональные проблемы в области менеджмента, осуществлять рациональный выбор коммуникативных тактик и стратегий для их решения в разных ситуациях.

Теоретико-методологический блок структурно-функциональной модели включает методологические подходы и принципы. Методологическая роль подходов заключается в возможности представления обобщенных научных положений по изучаемой нами проблеме, характеристике различных направлений ее исследования и организации теоретико-прикладной исследовательской деятельности.

В настоящем исследовании методологический подход заявлен методологической ориентацией исследователя, точкой зрения, с которой рассматривается объект исследования – профессиональная подготовка будущих менеджеров в вузе.

Для нашего исследования было важно установить функциональное назначение каждого методологического подхода и определить их иерархию в формировании готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза. В результате решения поставленной задачи аксиологический подход определен нами на философском уровне, субъектно-средовой – на общенаучном, проблемно-коммуникативный подход – на конкретно-научном. Интеграция данных подходов позволила системно с разных сторон изучить логику и внутреннюю динамику заявленного в

диссертационной работе процесса.

Методология *аксиологического подхода* базируется на исследованиях Н. А. Ивановой [64], М. С. Кагана [71], Т. В. Любовой [106], В. А. Ядова [259], Е. В. Яковлева [265], Н. О. Яковлевой [266] и др.). Аксиологический подход свойственен гуманистической педагогике, так как человек рассматривается в ней как высшая ценность общества и самоцель общественного развития. Человек живет в состоянии мировоззренческой оценки происходящих событий, он ставит перед собой цели, принимает решения, реализует поставленные задачи. При этом его отношение к окружающему миру (в том числе, к профессии) связано с двумя подходами – практическим и абстрактно-теоретическим (познавательным). Роль связующего звена между практическим и познавательным подходами выполняет аксиологический подход.

В основе педагогической аксиологии лежат понимание и утверждение ценности образования. Значимую ценность представляет собой и идея гармонично развитой личности, связанная с идеей справедливого общества, способного реально обеспечить каждому человеку условия для максимальной реализации заложенных в нем возможностей. Эта идея определяет ценностные ориентации культуры и ориентирует личность в истории, обществе, деятельности.

Данный подход позволяет нам подойти к изучению процесса формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации с точки зрения гуманистической педагогики, в которой человек рассматривается как высшая ценность общества и самоцель общественного развития. Данный подход обладает широкими возможностями для исследования путей и средств удовлетворения потребностей студентов в самореализации. С позиции аксиологического подхода появляется реальная возможность реконструкции условий для эмоционально-ценностного проживания и становления у студентов ценностной ориентации на коммуникацию в профессии. Благодаря аксиологическому подходу появляется возможность выявить ведущие ценностные ориентации в структуре готовности к деловой коммуникации, а

также исследовать способы их развития в процессе профессиональной подготовки будущих менеджеров.

Таким образом, аксиологический подход обеспечивает ценностное отношение будущих менеджеров к выбранной профессии и деловой коммуникации как ее необходимой составляющей. При реализации аксиологического подхода мы опираемся на аксиологию (учение о ценностях), которую, с одной стороны, можно рассматривать как методологическую основу и механизм развития ценностного отношения студентов к деловой коммуникации, а с другой – как путь переосмысления и обновления ценностями цифровизации современной системы высшего профессионального образования. Такая методологическая позиция позволяет выстраивать содержание и методический инструментарий формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в современных условиях использования традиционных и дистанционных форм ее организации. При ознакомлении с особенностями проведения онлайн-совещаний, деловых телефонных разговоров, переговоров и деловых бесед в режиме офлайн студенты учатся осуществлять рациональный выбор наиболее целесообразной формы в зависимости от конкретной коммуникативной ситуации в области менеджмента.

Субъектно-средовой подход составляет общенаучный уровень методологии нашего исследования (Ю. С. Мануйлов [110], М. О. Мдивани [168], О. Б. Рубцова [153], Е. М. Харланова [193], В. А. Ясвин [271] и др.).

Данный подход представляет интеграцию положений субъектного и средового подходов, расширяя их возможности в исследовании формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза. Субъектный подход является методологической ориентацией в познавательной и практической деятельности, направленной на становление личности как саморазвивающегося субъекта. Прежде всего, он определяет ведущую роль активности в развитии человека, указывает на закономерную взаимосвязь между развитием активности личности и

становлением субъектности. Средовой подход позволяет осуществлять учет и целенаправленное использование возможностей среды в образовательном процессе (в нашем исследовании – использование возможностей цифровой образовательной среды вуза в формировании готовности студентов к деловой коммуникации). Средовой подход в инструментальном плане представляет собой систему действий субъекта со средой, направленных на превращение ее в средство получения образовательного результата.

Итак, субъектно-средовой подход основывается на изучении взаимовлияния среды и субъекта. Цифровая образовательная среда с позиции данного подхода в нашем исследовании является фактором развития коммуникативной активности ее субъектов. Механизмами педагогического влияния цифровой образовательной среды на формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации являются: обогащение среды электронными информационными ресурсами, обеспечение эффективного функционирования всех каналов взаимодействия субъектов деловой коммуникации, расширение субъектного поля студентов в цифровой образовательной среде, обеспечивающее постепенный переход от внешнего к внутреннему управлению образованием.

Проблемно-коммуникативный подход представлен в работах О. Ю. Искандаровой [69], А. В. Кот [83], А. Р. Филипповой [183] и др.

А. В. Кот предлагает проблемно-коммуникативный подход рассматривать как «подвид проблемного подхода преподавания, который представляет собой систему образовательных методов» [83]. По мнению В. Т. Кудрявцева, сущность проблемного обучения заключается в том, что перед обучающимися ставятся дидактические проблемы, в процессе решения которых они овладевают обобщенными знаниями [90]. При этом, А. М. Матюшкин выделяет два этапа проблемного обучения: на первом этапе педагог вводит обучающегося в проблемную ситуацию, на втором этапе обучающийся самостоятельно или с помощью учителя осуществляет поиск разрешения данной проблемной ситуации [113].

О. Ю. Искандарова, изучая в своем исследовании проблемно-коммуникативный подход на основе межпредметных связей, отмечала, что он ведет к «повышению познавательной активности, связанной с иноязычной профессиональной направленностью речевой деятельности» [70]. Автор диссертации предлагает включение в образовательный процесс специально моделируемых ситуаций профессионального общения специалистов-медиков, а также учет самооценки мотивов и факторов их учебной успешности.

В нашем исследовании проблемно-коммуникативный подход обеспечивает формирование готовности будущих менеджеров использовать полученные знания в решении профессионально важных коммуникативных задач в области менеджмента. Данный подход предполагает такую организацию обучения, когда знания, умения, навыки даются не как предмет, на который должна быть направлена активность студента, а в качестве средства решения профессиональных проблем.

Концептуальными предпосылками обучения при этом выступает деятельностная природа процесса приобретения коммуникативного опыта. Реализация проблемно-коммуникативного подхода в обучении предполагает личностное включение студентов в учебную деятельность, проблемность содержания обучения, ведущую роль совместной деятельности и межличностного взаимодействия субъектов образовательных отношений.

Применение подхода позволяет приблизить процесс профессиональной подготовки будущих менеджеров к условиям реальной профессиональной деятельности. С его помощью имеется возможность моделировать предметное содержание коммуникативного взаимодействия менеджера с деловыми партнерами.

С использованием коммуникативных проблем формируется смысловое содержание процесса формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации. Воссоздание такого смыслового контекста коммуникативной составляющей профессиональной деятельности менеджера обеспечивает своеобразную «сюжетную канву» осваиваемой профессии.

Таким образом, коммуникативная деятельность студентов осуществляется в условиях постановки и решения проблем в области менеджмента (в нашем исследовании они представлены в традиционных и электронных кейсах). Содержание данного процесса представляет собой систематизированную деятельность его субъектов, которая имеет целенаправленный характер, определяется мотивами, планированием и реализацией коммуникативного обучения в университете с использованием кейс-метода.

По нашему мнению, при формировании готовности студентов к деловой коммуникации в вузе целесообразно опираться на подобранные профессиональные проблемные ситуации (кейсы), моделирующие естественный коммуникационный процесс в системе управления.

В нашей диссертационной работе принципы являются основой построения теоретического обоснования проблемы и проектирования формирующей части эксперимента. Реализация представленных принципов делает формирование готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза процессом целенаправленным и организованным.

Таблица 7 – Принципы формирования у будущих менеджеров готовности к деловой коммуникации

Название принципа	Характеристика сущности принципа
Принцип релевантности	Изменение требований к профессиональным знаниям и умениям менеджеров с учетом быстрого обновления системы управления при использовании информационно-коммуникационных технологий. Определение зависимости успеха управленческой деятельности в условиях возрастающей профессиональной мобильности от умений специалистов в области деловой коммуникации.
Принцип диалогичности	Субъект-субъектное взаимодействие преподавателя и студента, диалоговый режим решения коммуникативных задач в области менеджмента при использовании традиционных и электронных кейсов.

Продолжение таблицы 7

Название принципа	Характеристика сущности принципа
Принцип практико-ориентированности	Практико-ориентированный формат обучения с привлечением работодателей и социальных партнеров вуза. Рациональный выбор и авторская разработка традиционных и электронных кейсов, включающих реальные (или смоделированные) ситуации из профессиональной деятельности менеджера.
Принцип интегративности	Интеграция структурных компонентов готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации. Взаимопроникновение различных средств, форм и методов готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза.

Процессуально-методический блок включает методическое сопровождение обучающихся и педагогов в цифровой образовательной среде вуза. Сопровождение бакалавров происходит на протяжении всего периода обучения и представлено в виде локальной педагогической технологии, включающей содержательно-процессуальный, мотивационный и коммуникативно-деятельностный этапы. Следует учесть, что процесс формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза чрезвычайно сложен, многогранен, неоднозначен и обеспечивается взаимосвязью разных факторов и педагогических условий. В связи с этим, данный блок играет важную роль в разработанной нами структурно-функциональной модели.

Формирование готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации является длительным процессом, протекающим по этапам, в ходе реализации которых происходят конкретные изменения в когнитивном, мотивационно-ценностном и коммуникативно-деятельностном компонентах данного профессионального качества. В соответствии с этим в методически-процессуальном блоке модели три этапа педагогической технологии (содержательно-процессуальный, мотивационный и коммуникативно-деятельностный), на каждом из которых в зависимости от поставленных задач применяется определенный набор форм, методов и средств педагогического

сопровождения будущих менеджеров в цифровой образовательной среде вуза (табл. 8-10).

Таблица 8 – Формы работы со студентами в процессе формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза

Наименование этапа технологии	Используемые формы работы
Содержательно-процессуальный этап	Аудиторная (включение теоретического материала по деловому общению в предметы учебного плана и элективный онлайн-курс «Деловая коммуникация в профессиональной деятельности»), внеаудиторная работа (открытые лекции и профессиональные беседы с работодателями по специфике делового общения («Построении деловой коммуникации с учетом возрастных, статусных и индивидуальных особенностей», «Этика деловых коммуникаций» и др.), вебинары, интенсив-тренинги, мастер-классы).
Мотивационный этап	Аудиторная (проблемные лекции, семинары, практические работы, практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, учебные конференции, коллоквиумы); внеаудиторная работа (открытые лекции и профессиональные беседы с работодателями по проблемам делового общения («Влияние автоматизации бизнеса на эффективность деловых коммуникаций», «Искусство публичного выступления» и др.), вебинары, интенсив-тренинги, мастер-классы).
Коммуникативно-деятельностный этап	Аудиторная (лекция-дискуссия, лекция-пресс-конференция, практические работы с применением вариативных заданий, традиционных и электронных кейсов), внеаудиторная работа (вебинары, интенсив-тренинги, мастер-классы (например, «Телефонные переговоры», «Дисциплинарная беседа», «Деловое совещание»), чемпионат по решению кейсов в формате «World Skills», олимпиада по курсу «Деловая коммуникация»).

Таблица 9 – Методы формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза

Наименование этапа технологии	Используемые методы
Содержательно-процессуальный этап	Методы, активизирующие процесс формирования профессиональных знаний в области деловой коммуникации (решение профессиональных задач с последующей аналитической беседой).
Мотивационный этап	Методы, способствующие формированию ценностного отношения к деловой коммуникации (игровое проектирование, дискуссия, метод ситуационно-ролевых игр и др.).
Коммуникативно-	Кейс-метод и методы, способствующие формированию умений

деятельностный этап	решения профессиональных задач в области деловой коммуникации (традиционные и электронные кейсы в области различных видов деловой коммуникации).
---------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Таблица 10 – Средства формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза

Наименование этапа технологии	Используемые средства
Содержательно-процессуальный этап	Учебно-методические пособия, аудиовизуальные и мультимедийные средства, электронные образовательные ресурсы
Мотивационный этап	Учебно-методические пособия, аудиовизуальные и мультимедийные средства.
Коммуникативно-деятельностный этап	Учебно-методические пособия, традиционные и электронные кейсы (учебные ситуации с формированием и без формирования проблемы), аудиовизуальные и мультимедийные средства, проектная деятельность.

Отметим, что в состав данного блока включены педагогические условия, которые обеспечивают устойчивый и целенаправленный характер протекания процесса формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза. К таким условиям нами отнесены:

1) вовлечение будущих менеджеров в активное освоение, использование и трансформацию цифровой образовательной среды университета при целенаправленном применении разных видов учебной коммуникации;

2) включение студентов в традиционные и дистанционные формы контактов с реальными и потенциальными партнерами для формирования у них устойчивой мотивации к деловой коммуникации;

3) овладение будущими менеджерами разнообразными стратегиями и тактиками делового общения, рефлексией оценки его результата посредством решения традиционных и электронных кейсов.

Отметим, что цифровая образовательная среда вуза является единым информационным пространством университета, объединяющим программно-методические, организационные и технические ресурсы. Основными факторами проектирования такой среды в университете являются возможность

доступа к информационным локальным сетям и интернет-ресурсам, достаточный уровень владения преподавателями информационно-коммуникационными технологиями, активное использование цифровых инструментов всеми субъектами образовательных отношений (рис. 4).



Рисунок 4 – Факторы, влияющие на эффективное формирование цифровой образовательной среды вуза

Активное применение цифровых технологий в образовательном процессе вуза побуждает к поиску и разработке электронных образовательных ресурсов. Рассматривая кейс-метод для формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в условиях цифровой образовательной среды, в качестве эффективного инструмента методического сопровождения данного процесса мы предлагаем традиционные и электронные кейсы, которые будут подробно описаны в следующем параграфе нашей диссертационной работы.

Такие кейсы способствуют не только закреплению у студентов приобретенных коммуникативных знаний, но и развивают интерес, позитивную мотивацию к выбранной профессии, формируют умения осуществлять сознательный выбор стратегий и тактик в деловой коммуникации.

Современные вузы активно начали использовать кейс-метод в практике профессионального образования, однако эта работа зачастую протекает бессистемно. Необходимо создавать цифровую образовательную среду для сопровождения как педагогов, как и студентов в образовательном пространстве университета. При этом обязательной составляющей остается обучение педагогов применению традиционных и электронных кейсов. Необходимо изменять программы учебных дисциплин; программы учебной и производственной практик; программы итоговой государственной аттестации, а также методические материалы в процессе формирования у будущих менеджеров готовности к деловой коммуникации.

Следует отметить значимость сопровождения преподавателей, которые должны знать методический инструментарий применения кейс-метода, владеть алгоритмом применения кейсов на аудиторных и внеаудиторных занятиях. Данный процесс включает такие формы работы с педагогами как мастер-классы, консультации и открытые занятия с применением следующих средств: учебно-методические пособия, аудиовизуальные и мультимедийные средства, электронные образовательные ресурсы и др. Предварительное внутрифирменное обучение преподавателей позволит им в дальнейшем успешно решать поставленные задачи.

Оценочно-результативный блок модели предполагает отслеживание эффективности процесса обучения студентов деловой коммуникации, характеризуя изменения в уровне готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации. Данный компонент позволяет определить особо важные причины успехов и недостатков, что позволит в будущем более эффективно проектировать новые этапы совершенствования заявленного образовательного процесса в университете.

В нашей диссертации мы будем оперировать термином «оценка», понимая под ним процесс сравнения когнитивного, мотивационно-ценностного и деятельностного компонентов готовности студентов к деловой коммуникации, которые обеспечивают эффективную организацию обучения в

вузе.

На этом основании можно утверждать, что оценочно-результативный блок определяет успешность реализации предлагаемой модели и связан с разработкой промежуточных ожидаемых результатов сформированности у будущих менеджеров готовности к деловой коммуникации. В качестве этих промежуточных результатов рассматриваются:

– на содержательно-процессуальном этапе: сформированность у будущих менеджеров знаний о месте деловой коммуникации в профессии менеджера, о сущности эффективной деловой коммуникации в режиме офлайн и онлайн, о коммуникативных тактиках и стратегиях в разных видах деловой коммуникации (деловой беседе, переговорах, совещании, деловом телефонном разговоре), о построении деловой коммуникации с учетом возрастных, статусных и индивидуальных особенностей деловых партнеров;

– на мотивационном этапе: осознание ценности эффективной деловой коммуникации в профессиональной деятельности менеджера и наличие коммуникативного намерения в осуществлении деловой коммуникации;

– на коммуникативно-деятельностном этапе: умения ставить цель и определять тему высказывания в деловой коммуникации, осуществлять выбор вербальных и невербальных средств для практического решения коммуникативных задач в области менеджмента в режиме офлайн и онлайн, эффективного говорения в деловой коммуникации (точность, логичность, уместность, аргументированность речи) в режиме офлайн и онлайн, оценивать свое речевое поведение в деловой коммуникации.

Таким образом, разработанная нами структурно-функциональная модель может быть реализована в практике подготовки студентов направления подготовки «Управления персоналом» в вузе. Особую значимость при реализации данной модели представляет сопровождение бакалавров в виде локальной педагогической технологии формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза,

которые более подробно будут представлены в следующем параграфе нашего исследования.

1.3. Теоретическое обоснование педагогических условий формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза

В данном параграфе раскрыта сущность понятия «педагогические условия», представлены педагогические условия формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза.

Профессиональная подготовка будущего менеджера становится в настоящее время предметом многих исследований, что обусловлено повышением требований к менеджеру в условиях кардинальных изменений в обществе и, соответственно, – к качеству его подготовки к самостоятельной управленческой деятельности.

К примеру, в Национальном исследовательском университете «Высшая школа экономики» разработан и реализован онлайн-курс «Решение кейсов: от задачи к презентации проекта заказчику», который включает блок «Публичное выступление: важные нюансы», содержащий следующие аспекты: дикция, голос, язык тела, исследование аудитории, практические советы и упражнения для того, чтобы сделать выступление не только ярким, но и максимально убедительным для аудитории [147].

В Московском государственном университете имени М. В. Ломоносова при поддержке философского факультета вуза и молодежного отделения Российской ассоциации политической науки организован студенческий форум «Инновационные коммуникации», в рамках работы которого студентов обучают эффективно реализовать деловую коммуникацию в инновационной среде с использованием информационно-коммуникационных технологий [7].

Данные мероприятия, несомненно, оказывают существенное влияние на формирование готовности будущих менеджеров решать коммуникативные задачи в профессии. Однако следует отметить отсутствие четко выстроенной системы проведения таких мероприятий, которая должна быть привязана, на наш взгляд, к реализации конкретных учебных дисциплин в цифровой образовательной среде вуза. При этом необходимо сначала изучить учебные планы вузов для того, чтобы понять реальную ситуацию, которая сложилась для студентов: достаточно ли данных курсов? Каков объем зачетных единиц, приходящихся в среднем на формирование у студентов готовности к деловой коммуникации? Обратимся к учебным планам бакалавриата некоторых вузов, в которых предусмотрены и реализуются дисциплины, направленные на получение студентами (направление подготовки 38.03.03 Управление персоналом) знаний о сущности деловой коммуникации (таблица 11).

Таблица 11 – Дисциплины, способствующие формированию готовности к деловой коммуникации в вузах РФ по направлению подготовки «Управление персоналом»

№ п/п	Вуз	Название дисциплин, формирующих готовность к деловой коммуникации	Объем в З.Е.
1.	Южно-Уральский государственный университет	Управление коммуникацией в организации	2
2.	Российский экономический университет Г.В. Плеханова	Конфликтология	2
3.	Байкальский государственный университет экономики и права	Деловой этикет и культура речи	3
4.	Алтайский государственный университет	Эффективная коммуникация в управлении персоналом	3
5.	Российский государственный гуманитарный университет	Коммуникационный менеджмент, Деловая коммуникация	4
6.	Томский государственный университет систем управления и радиотехники	Коммуникационный практикум, Деловая коммуникация и этика деловых отношений	5
7.	Тольятинский государственный университет	ДВ: Этика деловых отношений	5
8.	Сургутский государственный университет	Этика деловых отношений, Основы управленческого консультирования	6

В результате обработки полученной информации мы получили следующие выводы: лишь 4,8 зачетных единиц приходится на дисциплины, формирующие готовность будущих менеджеров к деловой коммуникации. По нашему мнению, этого объема зачетных единиц недостаточно, так как работодатели отмечают необходимость затрачивать денежные средства на обучение персонала в области деловой коммуникации. Речь идет не только об устной коммуникации в реальной среде, но и в условиях развития дистанционных технологий для осуществления деловой коммуникации. Так в 2019 году государство затратило денежные средства на обучение более 13000 управленцев из числа госслужащих в Центре подготовки руководителей цифровой трансформации. Обучающиеся из российских регионов решали методические кейсы от крупнейших технологических компаний [22].

В связи с этим, нами разработаны педагогические условия формирования готовности к деловой коммуникации у будущих менеджеров в цифровой образовательной среде вуза и технология их реализации. Технология представлена в методически-процессуальном компоненте разработанной нами структурно-функциональной модели (функция сопровождения студентов) и будет подробно представлена во втором параграфе экспериментальной главы диссертационной работы.

Проблема выявления условий, обеспечивающих успешность того или иного процесса, является традиционной для исследований в области профессиональной педагогики. При этом спектр исследуемых условий в диссертационных работах достаточно широк. Объединяет их то, что многие авторы (Ю. К. Бабанский [12], В. А. Сластенин [162], Е. В. Яковлев [260] и др.) в методологическом плане опираются на известное положение системного анализа о том, что система не может функционировать и развиваться без существенных и необходимых условий. В этой связи целесообразно определить собственную позицию по определению терминов «условие» и «педагогические условия».

В «Философском словаре» (под ред. И. Т. Фролова) «условие» трактуется

как *среда, обстановка*, в которой определенное явление или процесс возникает, существует и развивается [189]. В педагогических исследованиях определения данного термина по смыслу совпадают с философской трактовкой.

В. А. Беликов под педагогическими условиями понимает *среду* самого педагогического процесса, обеспечивающего реализацию функций, достижение поставленных целей и решение задач деятельности [16].

Определяя совокупность педагогических условий формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза, мы должны учесть, что нас интересуют, прежде всего, те условия, которые отражают не только внешние обстоятельства, касающиеся предмета исследования, но и несут в себе внешние характеристики его объекта. Поэтому целесообразно вести речь о необходимых и достаточных условиях реализации заявленного нами процесса. Для этого определимся с пониманием терминов «необходимые» и «достаточные» условия.

В «Философском словаре» достаточным условием считается «комплекс объектов (вещей, их состояний, взаимодействий), из наличия которого с необходимостью следует существование данного явления. Если из всех возможных наборов достаточных условий убрать общие, получим необходимые условия, т.е. условия, которые представлены каждый раз, когда имеет место обуславливаемое явление» [189].

В «Математическом энциклопедическом словаре» Ю. В. Прохорова под необходимыми и достаточными условиями понимаются условия правильности некоторого утверждения, без выполнения которых данное утверждение заведомо не может быть верным (необходимые условия) и, соответственно, при выполнении которых утверждение заведомо верно (достаточные условия) [112; с. 403].

Е. В. Яковлев соотносит действие (взаимодействие) необходимых и достаточных условий относительно функционирования системы. «Необходимые условия эффективного функционирования какой-либо системы – это условия, без которых она не может работать в полной мере, а достаточные

– это условия, которых достаточно для ее нормальной работы» [260].

В нашем исследовании *педагогические условия* будем рассматривать как совокупность необходимых и достаточных мер, которые создают наиболее благоприятную обстановку или среду для формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза.

Перейдем к содержательной интерпретации каждого из выделенных нами педагогических.

Первое педагогическое условие – вовлечение будущих менеджеров в активное освоение, использование и трансформацию цифровой образовательной среды университета при целенаправленном применении разных видов учебной коммуникации. Методологической основой данного условия является субъектно-средовый подход.

Термин «среда», по мнению О. Г. Тринитатской, занимает как бы промежуточное положение между «системой» и «стихией»; она представляет собой совокупность управляемых и в то же время гибких «мягких» факторов опосредованного влияния на процессы обучения, развития, социализации обучающихся [172; с. 28-29]. Такое понимание среды нас полностью устраивает, поэтому мы будем на него опираться в нашем исследовании.

В педагогической литературе термин «среда» используется в различных сочетаниях: «образовательная среда», «развивающая среда», «предметно-пространственная среда», «электронная среда» и др.

Для нашего исследования важно конкретизировать понятие «цифровая образовательная среда», который также достаточно часто встречается в нормативных документах и педагогической литературе.

Создание информационной образовательной среды вуза означает возможность получения студентами не только качественного профессионального образования, но и формирование способности строить диалог со всеми субъектами образовательного пространства на основе доступа к мировым цифровым ресурсам и готовности к эффективной коммуникативной деятельности в быстро меняющемся мире, способностей к самостоятельному

принятию решений.

Еще раз подчеркнем, что федеральный проект «Современная цифровая образовательная среда в РФ» направлен на обеспечение доступности и качества образования при использовании современных образовательных онлайн-платформ и технологий онлайн-обучения.

Согласно проекту, «включение вопросов цифровизации образования в образовательные программы позволит обеспечить подготовку высококвалифицированных административно-управленческих кадров, обладающих метапредметными компетенциями».

Кроме того, в Законе об образовании в РФ обозначена возможность организации «образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств».

В приказе Министерства образования и науки Российской Федерации от 23.08.2017 г. № 816 «Об утверждении порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ» говорится об организации образовательной деятельности в электронной информационно-образовательной среде, доступ к которой обеспечивается через сеть «Интернет» [137].

Во исполнение этого приказа вузы самостоятельно разрабатывают локальные акты, закрепляющие структуру и порядок проектирования такой среды.

Отечественные ученые дают разные определения понятия «цифровая образовательная среда», представим ниже некоторые из них.

Таблица 12 – **Определение понятия «цифровая образовательная среда» в научной литературе**

№ п.п.	Автор	Определение понятия
1.	Захарова И. Г.	Информационная образовательная среда высшего учебного заведения понимается как система, аккумулирующая не только программно-методические, организационные и технические ресурсы, но и интеллектуальный, культурный потенциал вуза, содержательный и деятельностный компоненты, самих обучаемых и педагогов; управление данной системой определяют целевые установки общества, обучаемых и педагогов [59; с. 10].
2.	Кушнир М. Э.	ЦОС представляет собой открытую совокупность информационных систем, предназначенных для обеспечения различных задач процесса образования [97].
3.	Лапин В. Г.	Цифровая образовательная среда представляет собой «совокупность ресурсов, обеспечивающих учебный процесс и процесс управления профессиональной образовательной организацией» [99; с. 55].
4.	Мироненко Е. С.	Цифровая образовательная среда – это «система, включающая в себя совокупность информационных, цифровых и образовательных ресурсов, технологий их применения, обеспечивающих эффективное усвоение обучающимися образовательных программ независимо от места жительства с учетом их возможностей и потребностей» [120].

В процессе изучения научных позиций отечественных ученых (В. Г. Лапина [99], Е. С. Мироненко [120], О. А. Ильченко [68] и др.) мы пришли к выводу, что цифровая образовательная среда – это разнообразные информационно-коммуникационные технологии, которые были реализованы в соответствии с требованиями ФГОС ВО для реализации основной образовательной программы и освоения дисциплин выбранного нами направления подготовки.

Моделирование цифровой образовательной среды должно отвечать современным тенденциям развития профессионального образования, соответствовать социальному заказу субъектов образовательного процесса (в профессиональном образовании социальный заказ формирует государство и предприятия).

Следует отметить, что до 2021 года каждый вуз, исходя из требований ФГОС ВО, сам создавал локальные акты и моделировал образовательную среду

внутри организации. Содержание данных моделей похоже друг на друга, так как требования Стандарта едины. Однако в ближайшее время планируется подключить все университеты к сервисам государственной информационной системы «Современная цифровая образовательная среда», что существенно расширит доступ вузов к информационным ресурсам.

Так как мы предполагаем осуществлять моделирование цифровой образовательной среды вуза, необходимо прояснить авторскую позицию по поводу данного процесса. Проблеме моделирования объектов и явлений педагогической действительности посвящено достаточно большое количество исследований. Широкое распространение метода моделирования в педагогических исследованиях в значительной степени обусловливается многообразием его гносеологических функций, что предполагает привлечение специальных объектов – моделей для изучения и обоснования педагогических явления и процессов. При этом модель выступает, как правило, в качестве промежуточного элемента между предметом исследования и педагогом, осуществляющим это исследование. В нашем случае выбор моделирования как метода исследования объясняется тем, что посредством модели достаточно легко обеспечить понимание диалектической зависимости между элементами и подсистемами исследуемой системы. Моделирование как метод познания приобретает особое значение, поскольку предоставляет возможность синтезировать существующие представления об исследуемом объекте.

Для моделирования цифровой образовательной среды важно выделить ее структуру. Е. С. Мироненко включает в нее

- цифровые технологии,
- цифровые ресурсы,
- цифровые следы [120].

Итак, моделирование цифровой образовательной среды тесно связано с применением цифровых технологий, которые оказывают влияние на ее функциональные возможности, содержание и структуру. Назовем ключевые из них: это технологии больших данных, нейротехнологии, технологии

искусственного интеллекта, системы распределенного реестра, облачные технологии, технологии интернета вещей.

Цифровые ресурсы представлены как «кроусформенный тип ресурсов, обеспечивающий возможность доступа к знаниям декларативного и процедурного типа, систематизированным данным и предоставляющий условия для образовательного конструирования и проектирования».

Цифровые следы рассматриваются как результаты учебной и профессиональной деятельности в цифровом формате, представляют собой данные, позволяющие определить уровень компетенций, сформировать траекторию обучения, оценить возможности и стратегию дальнейшего развития и профессионального становления в определенной сфере» [80].

В цифровой образовательной среде важно формировать готовность будущих менеджеров к деловой коммуникации, так как на современном рынке труда к менеджерам предъявляются требования по организации коммуникации с помощью различных каналов связи. Все чаще из-за расширения компаний, занимающихся франшизой, экономии времени HR-специалистов, противоковидных мер и других факторов собеседования, переговоры и другие виды делового общения осуществляют в формате онлайн. Сегодня к этому приходят практически все компании, но не все менеджеры готовы к такой работе. В связи с этим, необходимо использовать потенциал цифровой образовательной среды для формирования готовности к деловой коммуникации студентов (будущих менеджеров) уже в вузе. Вместе с тем встает вопрос: как моделировать такую среду в университете?

Моделирование цифровой образовательной среды проходит обычно по следующим этапам: обоснование актуальности создания модели образовательной среды; выбор методики моделирования образовательной среды; определение совокупности наиболее значимых параметров для моделирования среды; разработка и описание гипотез; построение модели; описание результатов моделирования.

В статье М. А. Балакина описывается опыт создания современной цифровой среды для управления основными образовательными программами в вузе. На основе научной и методической литературы, современного понятийного аппарата, системы методических принципов, подходов структуризации цифровой образовательной среды вуза ученые обосновали необходимость комплексной системной модернизации образовательного пространства университета на основе системы автоматизации управления образовательными программами. Затем была разработана экспериментальная модель управления основными образовательными программами в вузе на основе создания современной цифровой среды. Определена совокупность критериев эффективности использования управления основными образовательными программами в вузе в условиях использования современной цифровой среды. В результате подготовлен комплекс технологических решений – «кольцо» электронных сервисов», таких как «Личный кабинет руководителя ОПОП», «Профиль научно-педагогического работника», «Карта личностно-профессионального развития студентов», «Оценка рентабельности ОПОП», «Оценка эффективности ОПОП» для управления образовательными программами в вузе. Частично произведена оценка результатов оптимизации процессов управления образовательными программами и формирование нового дизайна образовательной среды университета [15].

Таким образом, информационно-коммуникативная среда вуза может изменяться, моделироваться, обогащаться ресурсами в зависимости от поставленных целей. В нашем случае такой целью является формирование готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации.

Второе педагогическое условие – включение студентов в традиционные и дистанционные формы контактов с реальными и потенциальными партнерами для формирования у них устойчивой мотивации к деловой коммуникации. Методологической основой данного условия является аксиологический подход.

В большинстве исследований в качестве ведущих компонентов структуры готовности к деловой коммуникации менеджера рассматриваются три компонента: когнитивный, мотивационно-ценностный и деятельностный.

Когнитивный компонент включает знания о месте деловой коммуникации в профессии менеджера, о сущности эффективной деловой коммуникации в режиме офлайн и онлайн, о коммуникативных тактиках и стратегиях в разных видах деловой коммуникации (деловой беседе, переговорах, совещании, деловом телефонном разговоре), о построении деловой коммуникации с учетом возрастных, статусных и индивидуальных особенностей деловых партнеров.

Мотивационно-ценностный компонент готовности к деловой коммуникации характеризуется осознанием ценности эффективной деловой коммуникации в профессиональной деятельности менеджера и наличием коммуникативного намерения в осуществлении деловой коммуникации.

Деятельностный компонент характеризуется внешними проявлениями и связан с рядом профессиональных умений менеджера: это умения ставить цель и определять тему высказывания в деловой коммуникации, осуществлять выбор вербальных и невербальных средств для практического решения коммуникативных задач в области менеджмента в режиме офлайн и онлайн, эффективного говорения в деловой коммуникации (точность, логичность, уместность, аргументированность речи) в режиме офлайн и онлайн, оценивать свое речевое поведение в деловой коммуникации.

Для описания сущности второго педагогического условия важно остановиться на мотивационно-ценностном компоненте готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации и раскрыть содержание понятий «мотивация» (Таблица 13).

Таблица 13 – Определение понятия «мотивация» в научной литературе

№ п.п.	Автор	Определение понятия
1.	Виханский О. С., Наумов А. И.	Совокупность внутренних и внешних движущих сил, которые побуждают человека к деятельности, задают границы и формы деятельности и придают этой деятельности направленность, ориентированных на достижение определенных целей [29; с. 65-66].
2.	Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф.	Процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей или целей организации. Мотивация представляет собой осознанный выбор человеком того или иного типа поведения, определяемого комплексным воздействием внешних (стимулы) и внутренних (мотивы) факторов [118; с. 360].
3.	Надеждина В.	Совокупность внутренних и внешних движущих сил, которые побуждают человека к деятельности и придают этой деятельности направленность, ориентированную на достижение определенных целей [130; с. 11].
4.	Травин В. В., Дятлов В. А.	Стремление работника удовлетворить потребности (получить определенные блага) посредством трудовой деятельности [171; с. 110].
5.	Поршнева А. Г., Румянцева З. П., Соломатин Н. А.	Органическая часть процесса управления, посредством которого человеческая энергия преобразуется в определенное поведение, ожидаемым результатом которого являются эффективные совместные действия, реализующие планы организации [174; с. 117].
6.	Пугачева В. П.	Сложный процесс побуждения человека к определенному поведению и деятельности под воздействием внутриличностных и внешних факторов. Мотивация – результат многоступенчатого взаимодействия внутреннего мира человека – прежде всего его потребностей и стимулов, способных удовлетворить эти потребности, а также ситуации, в которой осуществляется восприятие стимула и появляется активность, направленная на его получение [150; с. 12.].
7.	Рубинштейн С. Л.	Под мотивацией опосредованную процессом ее отражения субъективную детерминацию поведения человека миром или через психику реализующуюся детерминацию [152; с. 370].

Анализ изученного научного материала позволил нам установить, что мотивация включает в себя совокупность мотивов, побуждение к деятельности. Мотивами профессиональной деятельности менеджера являются причины, определяющие поведение человека в процессе труда. Такая мотивация может быть, как внутренней (зависящей от содержания его потребностей или ролей), так и внешней (административная, экономическая и социальная мотивация). Внешняя мотивация не связана с содержанием управленческой деятельности,

но обусловлена внешними по отношению к объекту управления обстоятельствами. Внутренняя мотивация – это мотивация, связанная не с внешними обстоятельствами, а с самим содержанием деятельности менеджера.

Исходя из этого, мотивацией менеджера к установлению контактов с реальными и потенциальными партнерами деловой коммуникации будем считать внутреннее побуждение к коммуникации на этапе знакомства, деловой беседы, переговоров и других видов делового общения. Мотивация к поддержанию контактов с реальными и потенциальными партнерами деловой коммуникации – внутреннее побуждение к продолжению коммуникации и сотрудничества с партнерами на этапе завершения действия договоров, переговоров, деловых телефонных разговоров, видеоконференцсвязи и т.п.

Мотивирующими факторами установления и поддержания контактов будущих менеджеров с реальными и потенциальными партнерами деловой коммуникации в нашем исследовании заявлено использование традиционных и дистанционных форм обучения в вузе. Традиционными формами обучения мы называем формы обучения, реализуемые при непосредственном взаимодействии педагога с обучающимися в большей степени внутри образовательной организации. К ним мы относим: лекции, семинары, практические задания и др.

Дистанционные формы обучения – это формы, реализуемые в основном с применением информационных и телекоммуникационных технологий при опосредованном (на расстоянии) или не полностью опосредованном взаимодействии обучающегося и педагога. К ним мы относим: чат-занятия (занятия с использованием чат-технологий); веб-занятия (конференции, семинары, практические занятия и другие виды учебных занятий, которые проводятся с помощью телекоммуникационных систем и других возможностей Интернета); телеконференция (занятия, проводимые на основе рассылок с использованием электронной почты, также учебные материалы высылаются почтой); телеприсутствие (занятия, в ходе которых, обучающийся присутствует на занятии путем применения ТКС и видеосвязи). Отметим, что для

организации дистанционного обучения необходим определенный набор средств: компьютер, периферийное оборудование к нему и программное обеспечение.

Возможности традиционных форм для формирования мотивации к установлению и поддержанию контактов с реальными и потенциальными партнерами деловой коммуникации трудно переоценить, так как происходит непосредственный, очный контакт, он дает возможность будущему менеджеру раскрыть свой коммуникационный потенциал в образовательной среде. Возможности дистанционной формы обучения дают будущему менеджеру широкие возможности для формирования мотивации к установлению и поддержанию контактов с реальными и потенциальными партнерами деловой коммуникации, поэтому что деловая коммуникация осуществляется на расстоянии, это дает больше времени, чтобы проявить свои возможности при ответе, также использоваться для выстраивания коммуникации дополнительные источники информации, организовывать коммуникацию в условиях, приближенных к реальным в профессии (подключение работодателей), осуществлять общение в удобное время, а также при организации коммуникации нет границ для лиц с ОВЗ, которые также могут обучаться в вузе.

Третье педагогическое условие – овладение будущими менеджерами разнообразными стратегиями и тактиками делового общения, рефлексией оценки его результата посредством решения традиционных и электронных кейсов. Методологической основой данного условия является проблемно-коммуникативный подход.

Прогресс в области развития менеджмента открыл много новых путей деловой коммуникации: сотовые телефоны, факсы, видео-конференции, интернет-связь и многое другое. Владение данными коммуникациями и есть стратегии и тактики общения, которые включают ряд техник.

В виду ограничения объемов текста диссертации мы не сможем перечислить все техники деловой коммуникации, но постараемся отметить

основные группы: техники ведения переговоров; техники установления контакта; техники манипуляций; техники привлечения внимания собеседника; техники снятия агрессии с собеседника; техники аргументации; техники убеждающего воздействия; техники общения по телефону и по Интернету; речевые техники общения; техники делового общения; техника бесконфликтного общения и др.

Приоритетным средством формирования умений студентов использовать стратегии и тактики делового общения нами выбраны традиционные и электронные кейсы. Традиционные кейсы представляют описание смоделированной коммуникативной ситуации, содержащей в себе определенную проблему в области менеджмента, не всегда имеющей единственно правильное решение.

Электронный вариант кейса предполагает решение данной ситуации в информационно-образовательном пространстве университета. Электронные кейсы нужны для всех участников учебного процесса, они позволяют иметь большую свободу в территориальном плане (преподаватели и студенты не привязаны к одному месту), они помогают в обучении лиц с ОВЗ (дают больше времени для ответа, мультимедиа материал и возможность посмотреть учебные материалы, не выходя из дома). Кроме того, большим плюсом электронных кейсов является возможность включить в обсуждение и презентовать результаты решения кейсов для работодателей.

Внедрения кейс-метода в практику высшего профессионального образования в настоящее время является чрезвычайно актуальным в рамках реализации образовательных стандартов ФГОС ВО нового поколения, ориентированных на формирование профессиональной компетентности, умений решать профессиональные задачи. Педагогический потенциал кейс-метода в формировании у обучающихся универсальных и профессиональных компетенций раскрыли А. С. Еремин [50], Е. С. Полат [143], К. Ф. Херрид [195], Е. В. Шимутин [233] и др. Современные зарубежные авторы L. B. Barnes [276], R.C. Christensen [276], J. Gerring [289], J. Fischer [287], A. Bennett [277],

A. Cameron [280], J. Burgoyne [279], J. Boehrer [278], I. Gragg. [282], Derek Abell [183] демонстрируют различные взгляды на определение понятий «кейс-метод», «метод кейсов», «кейс».

В отечественной литературе также представлены разные точки зрения на рассматриваемые понятия. Некоторые научные позиции представлены в таблице 14.

Таблица 14 – Понятия «кейс-метод» и «кейс» в отечественных и зарубежных трудах

Термин	Определение понятия	Автор (школа)
Кейс-метод (от англ. case method, case study)	Метод может включать моделирование, мысленный эксперимент, классификацию, игровой метод и др.	Сурмин Ю. П. [169; с. 102]
	Многоэтапный процесс знакомства с реальной (или смоделированной) сложной проблемой, ее коллективное обсуждение и последующее представление своего взгляда на ее решение перед всей аудиторией (классом, учебной группой, общественной организацией).	Прутченков А. С. [148]
	Кейс-метод – обучение «искусству управления неопределенностью», в котором преподаватель выступает в качестве автора, организатора, модератора, судьи и партнера в совместных со студентом поисках решения реальных проблем и задач.	Christensen R. C. [276]
	Кейс-стади – это деятельность, ориентированная на студента, основанная на описании реальной ситуации, которая обычно включает проблему и её решение.	Bennett A. [277]
	Метод кейсов – это метод, который включает в себя два взаимодополняющих подхода. Первый предполагает детальное изучение одного конкретного примера для выявления типичных свойств целого класса явлений или, скажем, закономерностей того или иного процесса (собственно case study). Второй метод связан с изучением небольшого числа примеров (cross-case study – метод «перекрестных кейсов»).	Gerring J. [289]

Продолжение таблицы 14

Термин	Определение понятия	Автор (школа)
Кейс (от англ. case-случай)	Смоделированная рабочая ситуация, вызывающая дискуссию, требующая анализа и предложений по эффективному решению проблемы. По сути, кейс – описание отдельно взятой конкретной ситуации, содержащей в себе определенную проблему, вопрос, не всегда имеющий единственно правильный ответ.	Шермазанова С. В. [232]
	Слово «кейс» (от англ. – case) носит два общесмысловых значения: комплекс учебно-методических материалов и собственно описание реальной ситуации. Кейс имитирует реальную ситуацию. Ученик участвует в этой ситуации как лицо, принимающее решения. Объектом ситуации могут быть индивид, группа людей, подразделение, фирма, государство, регион, весь мир.	Еремин А. С. [50]
	Представление конкретной ситуации из профессиональной или повседневной жизни, представленной посредством определенных действий, отношений, мнений, на основе которых принимается ее итоговое решение.	Fischer J. [287]

Опираясь на позицию ученых, под кейс-методом мы понимаем интерактивный метод обучения, направленный на формирование у бакалавров знаний, умений, личностных качеств на основе анализа и решения реальной или смоделированной проблемной ситуации в контексте профессиональной деятельности, представленной в виде кейса. В науке разработаны различные классификации кейсов (по источнику исходной информации; по степени сложности и др.).

Заметим, что в процессе формирования у будущих менеджеров готовности к деловой коммуникации можно использовать готовые кейсы, заимствованные из учебной литературы, средств массовой информации, Интернета. Кроме того, преподаватели вуза могут разрабатывать авторские кейсы в команде совместно с работодателями и ведущими специалистами

конкретных организаций. В работе З. Ю. Юлдашева, Ш. И. Бобохужаева [257] выделена классификация кейсов производится по различным признакам. Одним из широко используемых подходов к классификации кейсов является их сложность (рис.5).

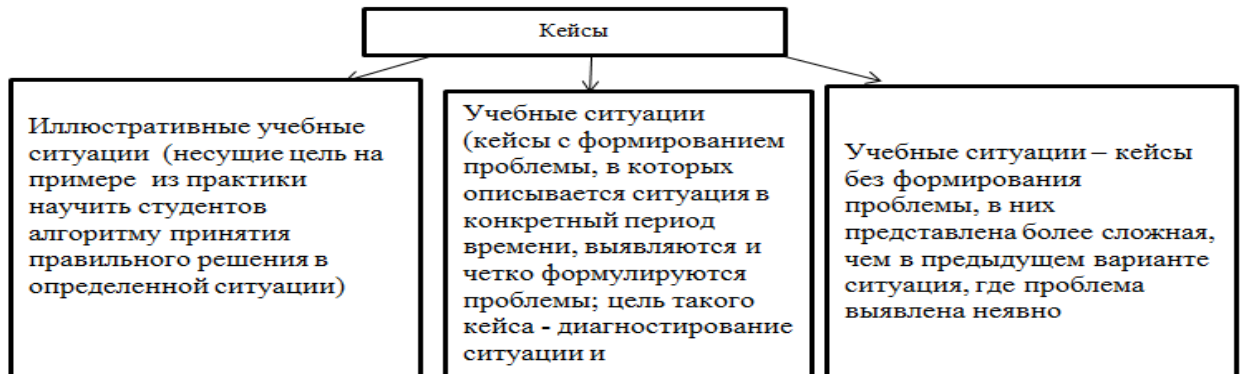


Рисунок 5 – Виды кейсов в зависимости от их сложности

Кроме того, кейсы могут быть классифицированы, исходя из целей и задач процесса обучения. В этом случае могут быть выделены следующие типы кейсов: обучающие анализу и оценке; обучающие решению проблем и принятию решений; иллюстрирующие проблему, решение или концепцию в целом.

Изучение студентами учебной дисциплины может осуществляться путем рассмотрения значительного количества кейсов в определенных комбинациях.

В работе В. С. Зайцевой [58] выделена классификация кейсов в зависимости от формы и внутренней структуры, она представлена на рисунке 6.



Рисунок 6 – Виды кейсов в зависимости от формы и внутренней структуры

Интересна классификация кейсов Н. Федянина и В. Давиденко, которые выделяют структурированные и большие неструктурированные кейсы, «маленькие наброски» и первооткрывательские кейсы [180; с. 52].

Наиболее распространенные виды кейсов по мнению большинства отечественных ученых представлены на рисунке 7.



Рисунок 7 – Распространенные виды кейсов в научной литературе

Описание выше представленных видов кейсов представлено в Приложении 2.

В России кейсы начали использовать при преподавании экономических дисциплин в 20-30-е годы прошлого века. На сегодняшний момент при преподавании многих дисциплин кейсы применяются для формирования различных компетенций студентов. Многие из них представлены в работах Н. Каморджановой [72], М. Ф Колесниковой [78], Н. Б. Куршаковой [96].

Кроме того, кейсы применяют в ходе федерального интернет-тестирования (ФИЭБ) для независимой сертификация выпускников вузов. В 2007 году студенты МГИМО и ГУ-ВШЭ впервые провели чемпионат по решению бизнес-кейсов. Многие периодические издания по управлению персоналом начали публиковать кейсы для собеседований при приеме на

работу, что является особо важным обстоятельством для реализации данного метода в практике высшего образования.

Одна из причин признания кейс-метода заключается в том, что исследователи все больше обеспокоены преимуществом количественных методов в предоставлении целостных и глубоких объяснений рассматриваемых социальных и поведенческих проблем. С помощью кейс-метода исследователь может выйти за рамки количественных статистических результатов и понять поведенческие условия с точки зрения субъекта.

Следует отметить, что на первоначальном этапе мы предлагаем использование иллюстративных кейсов, при решении которых бакалавры на определенном практическом примере обучаются алгоритму принятия правильного коммуникативного решения в управленческой деятельности.

Приведем пример такого кейса.

Кейс 1. Прочтите актуальную литературу, предложенную педагогом к занятию в домашних условиях. Используйте ее для выполнения задания.

Учебная ситуация для анализа (основана на реальном случае из управленческой практики)

Вы являетесь руководителем подразделения, обсуждаете с младшими руководителями своего подразделения вопрос, имеющий принципиальное значение для дальнейшего развития предприятия. Тон разговора постоянно повышается. Появляется резкость в выражениях. На этом совещании находятся и несколько рядовых сотрудников.

Задание для бакалавров: Прослушайте запись, сделанную в ходе делового совещания. Оцените ситуацию с позиции этики и норм коммуникации. Какие нарушения совершили участники совещания? Дайте оценку коммуникативного поведения всех участников делового совещания.

Студент в данном случае на основе теоретических знаний организации эффективной деловой коммуникации должен диагностировать ситуацию и самостоятельно принять управленческое решение по указанной проблеме, аргументировав свою позицию.

Вместе с тем, могут быть использованы кейсы с формированием проблемы, в которых описывается ситуация в конкретный период времени, выявляется и четко формулируется определенная профессиональная проблема в области менеджмента.

Выбор кейсов с поставленной проблемой определен необходимостью обучить студентов алгоритму принятия правильного управленческого решения в определенной коммуникативной ситуации, что в дальнейшем позволит использовать данный алгоритм при работе с разными кейсами. Представим пример кейса с поставленной проблемой

Кейс 2. Прочтите актуальную литературу, предложенную педагогом к занятию в домашних условиях. Используйте ее для выполнения задания.

Ситуация из области менеджмента: В Департаменте образования г. Сургут образовалась вакансия на должность заместителя начальника отдела дошкольного образования. Руководство рекомендовало назначить на данную должность работника, до настоящего времени, работающего в том же отделе в должности консультанта.

Биографическая справка консультанта отдела: 1995 года рождения, образование высшее, женат, зарекомендовал себя грамотным и ответственным специалистом, имеются грамоты и благодарственные письма.

Однако становится известно, что практически все против его назначения. В качестве аргументов в неофициальных беседах приводятся: недостаточный возраст (он самый молодой служащий в отделе), сравнительно небольшой стаж работы, наличие в отделе более заслуженных специалистов.

Задание для бакалавров: Поставьте себя на место руководителя отдела. Примите решение, принимать ли назначение на данную должность в сложившихся обстоятельствах. Аргументируйте свой выбор.

Если на первых этапах рекомендуется применять учебные ситуации иллюстративного плана или с формированием конкретной проблемы, то на этапе углубленного изучения рекомендуется в большей степени применять ситуации без формирования проблемы. Студенты самостоятельного ее

выявляют и осуществляют поиск альтернативных вариантов решения данной проблемы. В таких кейсах необходимо представлять статистические данные, оценки общественного мнения, мнения органов власти и др.

Представим пример кейса, который может быть использован для развития приобретенных умений деловой коммуникации.

Кейс 3. Прочтите актуальную литературу, предложенную педагогом к занятию в домашних условиях. Используйте ее для выполнения задания.

Ситуация из области менеджмента. Руководитель образовательной организации ввел новую систему стимулирования труда своего педагогического коллектива. После первого премирования возникли ярые недовольства. Педагоги начали выяснять друг у друга сущность доплат, сомневаясь в их объективности.

Логопед Надежда Ивановна с претензиями ворвалась в кабинет директора школы: «Почему я получила зарплату меньше, чем дефектолог? Я что, хуже его работала?». Недовольство подхватили другие педагоги, решив написать жалобу в Департамент образования.

Руководитель растерялся от такого протеста и включил «холодное» общение, дистанцировавшись от коллег.

Задание для бакалавров:

1. Сформулировать проблему.
2. Определить культуру деловой коммуникации в организации.
3. Подготовить план действий выхода из возникшей ситуации с подробной аргументацией коммуникативных действий.

При подготовке кейса для занятий мы предлагаем обратить внимание на следующие этапы:

1. Постановка цели. На данном этапе определяется место кейса в структуре учебной дисциплины, конкретизируются задачи обучения и планируемые результаты (формируемые компетенции обучающихся).

2. Определение проблемной ситуации. В целях формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации проблемные ситуации должны

быть связаны с различными видами деловой коммуникации, в том числе должны быть приближены к реальным проблемам организации деловых бесед, совещаний, переговоров в сфере управления персоналом.

3. Построение или выбор модели ситуации, которая отражает деятельность организации; проверка её соответствия реальности. Модель проблемной ситуации – это взаимосвязанная совокупность объектов, переменных факторов, которая в целом описывает представление исследователя о структуре и содержании ситуации. При этом модели проблемных ситуации в разных разделах дисциплин будут отличаться друг от друга. В деловой коммуникации у разных организаций и фирм возникают разные проблемы, требующие особого подхода к их моделированию. В связи с этим, единого способа построения и выбора модели ситуации в данном случае быть не может.

Вместе с тем, нужно изучать тренды в профессиональной сфере, в частности, в области менеджмента. Новые тренды в управлении персоналом важны для создания кейсов, в том числе и электронных, так как они влияют на мотивацию студента. К таким трендам относятся: раскрытие потенциала сотрудника, поиск «life-work balance», а также формирование «суперкоманд». Будущие менеджеры должны быть вовлечены в решение проблем современного бизнеса, чтобы быть востребованы для будущего работодателя. Поэтому преподаватели вуза должны постоянно мониторить рынок труда в поисках, волнующий тем. Желательно, чтобы будущие работодатели были вовлечены и в поиск проблем для создания кейсов и участвовали в их решении и оценки результатов.

4. Выбор вида кейса. Мы предлагаем обратить внимание на видовые особенности при применении интересующих нас кейсов.

Прежде всего, отметим, что кейсы могут содержать или не содержать определенный сюжет. Кейс с сюжетом – это некий рассказ о профессиональных событиях в жизни конкретных людей конкретной организации. В бессюжетном кейсе сюжет завуалирован, такой кейс зачастую содержит расчеты,

статистические данные, выкладки, предназначенные для диагностирования ситуации в области менеджмента. Прогностический кейс описывает ситуацию сегодняшнего дня с постановкой коммуникативной проблемы, которая требует своего решения в ближайшей или далекой перспективе.

Объем кейса зависит от временных возможностей его решения. Решение мини-кейса (от одной до нескольких страниц) может занимать определенную часть семинарского или практического занятия. Кейс средних размеров студенты решают в течение всего занятия, а объёмному кейсу (несколько десятков страниц) может быть посвящена серия нескольких практических занятий.

Отметим, что кейсы могут содержать приложения и могут быть без приложений. Представленное нами в экспериментальной части исследования приложение кейсов, как правило, содержат определенные расчёты и анализ статистической информации.

Вопросный кейс требует от бакалавров ответа на поставленные вопросы, а кейс-задание – решение задачи или выполнение задания из области менеджмента.

5. Написание текста кейса. Обращая внимание на то, что текст кейса может быть основанным на реальных событиях или может быть придуманным автором, он должен включать в себя проблемную ситуацию, которая обращает внимание на деловую коммуникацию будущего менеджера. При этом преподаватель выбирает вид деловой коммуникации и определяет, будет ли он открыто освещать проблему или предложит студенту самостоятельно выявить ее из текста кейса.

Разработанный или заимствованный кейс, на наш взгляд, должен быть представлен в доступной форме, с наличием проблемы, информации для ее решения и решать профессиональные задачи будущего менеджера.

Выдвигаются определенные требования к формату и структуре кейса. Так, сюжетная часть кейса должна содержать наличие реально существующей ситуации, название организации, имена и должности главных персонажей,

общее состояние дел в организации, организационные отношения и др. Информационная часть отражает развитие событий в той или иной организации, описание проблемы (в нашем случае, в области менеджмента), некоторые действия по ее решению. Методическая часть конкретизирует раздел учебной дисциплины, к которому отнесен кейс, формулирует задания по анализу кейса и рекомендации по его использованию в образовательном процессе вуза. Следует отметить, что кейсы могут содержать видео- и аудиоматериалы, отражающие события конкретных организаций.

6. Проведение диагностики эффективности кейса; проведение методического учебного эксперимента. Целесообразно создать проблемную группу, которая бы включала студентов, заинтересованных в решении кейсов в области менеджмента. Они составляют фокус-группу, в результате работы с которой проводится учебный эксперимент и в беседе со студентами диагностируется эффективность кейса после его решения.

7. Подготовка окончательного варианта кейса. После работы фокус-группы педагоги имеют возможность скорректировать текст кейса, вопросы и задания к нему, исходя из результатов бесед со студентами.

8. Внедрение кейса в практику обучения, его публикация с целью распространения в преподавательском сообществе. Внедрение кейсов, на наш взгляд, целесообразно начинать с открытых занятий, которые проводят преподаватели в период экспериментальной работы. Особое внимание обращается на положительные стороны и ошибки при работе со студентами, которые педагоги и представители бизнес-сообщества записывают в оценочных листах занятий. После обсуждения целесообразности и эффективности кейс-метода, педагогический коллектив имеет возможность продолжить данную работу на аудиторных и внеаудиторных занятиях.

Так, в ходе системной работы целесообразно собрать банк кейсов, который может быть размещен на образовательном портале университета в разделах дисциплин и активно использован в период дистанционной работы. Следует отметить, что создание банка электронных кейсов является

перспективным направлением для обмена опытом преподавателей. Большинство кейсов можно собрать через локальную сеть вуза, сортировать их по направлениям в области деловой коммуникации, систематизировать материал и при необходимости его опубликовать.

Методические рекомендации по использованию кейса могут включать задания для студентов, возможные вопросы для ведения дискуссии, описание предполагаемых действий бакалавров и преподавателя в момент обсуждения кейса и др. В. Н. Наумов[131] и Г. Л. Багиев [13] считают, что такие методические рекомендации должны дать преподавателю ответ на следующие вопросы: Для кого и для чего пишется кейс? Чему должны научиться студенты? Какие уроки (выводы) они из этого извлекут?

Таким образом, формирование у будущих менеджеров готовности к деловой коммуникации необходимо осуществлять при использовании кейс-метода, поскольку в нем заложены возможности обучения студентов видеть и решать профессиональные проблемы с помощью коммуникации. Бакалавры начинают ценить эффективную коммуникацию в профессии, понимать ее сущность, учатся решать важные задачи в области менеджмента. В процессе обучения в вузе преподаватель может использовать разнообразные кейсы по виду и уровню сложности.

Следует отметить, что формирование будущих менеджеров готовности к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза во многом зависит от уровня развития профессиональной компетентности преподавателей университета.

Компетентность преподавателей в данном направлении демонстрирует наличие у них теоретических знаний в области деловой коммуникации, владение современными информационно-коммуникационными технологиями формирования готовности к деловой коммуникации у будущих менеджеров. Повышение уровня компетентности преподавателей осуществляется через разнообразные очные и дистанционные формы методической работы, организуемые в условиях университета, систему повышения квалификации и

самообразование по разным темам (например, «Применение кейсов в учебном процессе университета», «Алгоритм решения кейсов» и др.).

Изначально разделив группы по уровню компетентности в применении традиционных и электронных кейсов в образовательной деятельности, целесообразно сформировать для каждой группы методические рекомендации и «банк кейсовых заданий» для разных учебных дисциплин. Затем организовать их самостоятельную деятельность по применению кейсов на аудиторных занятиях, а также работу с кейсами на образовательном портале вуза. Открытые занятия по различным дисциплинам, на каждом из которых успешно реализован кейс-метод, может стать передовым опытом в практике высшего образования.

Таким образом, готовность будущих менеджеров к деловой коммуникации является аспектом и результатом целенаправленной профессиональной подготовки и самоподготовки в соответствующих педагогических условиях. Для этого требуется кардинальные изменения в организации образовательного процесса в вузе: не только формирование профессиональных знаний студентов, но и разные формы образовательной деятельности, направленные на формирование умений решать коммуникативные задачи в будущей профессии.

Формирование готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации – сложный и длительный педагогический процесс. На его результативность влияют различные факторы. Необходима целенаправленная и систематическая работа, определение технологического инструментария, обеспечивающего оптимальную реализацию педагогических условий заявленного процесса.

В связи с этим, нами разработана педагогическая технология формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза. Под «педагогической технологией» мы понимаем систему знаний, совокупность форм, методов, необходимых способов последовательного воздействия педагога на студентов в специально

созданных условиях, из которых складывается образовательный процесс, гарантирующий достижение диагностической цели.

В данном определении отражены основные признаки педагогической технологии:

- 1 – диагностическая цель (или система целей);
- 2 – строгая последовательность педагогических операций (приемы, методы, действия);
- 3 – гарантия ее достижения;
- 4 – управляемость образовательного процесса (специально созданные условия).

Кроме того, данное определение удовлетворяет основным методологическим требованиям (критериям технологичности), которые обосновал Г. К. Селевко [159]:

- Концептуальность. Каждая педагогическая технология должна опираться на определенную научную концепцию, включающую философское, психологическое, дидактическое и социально-педагогическое обоснование достижения образовательных целей.
- Системность. Педагогическая технология должна обладать всеми признаками системы: логикой процесса, взаимосвязью всех его частей, целостностью.
- Управляемость. Педагогическая технология предполагает возможность диагностического целеполагания, планирования, проектирования процесса обучения, поэтапной диагностики, варьирования средствами и методами с целью коррекции результатов.
- Эффективность. Современные педагогические технологии существуют в конкурентных условиях и должны быть эффективными по результатам и оптимальными по затратам, гарантировать достижение определенного стандарта обучения.

Воспроизводимость подразумевает возможность применения (повторения, воспроизведения) педагогической технологии в других однотипных образовательных учреждениях, другими субъектами [159].

Отметим, что в процессе разработки педагогической технологии мы опирались на тезис о том, что работа в данном направлении не должна сводиться лишь к сообщению студентам определенной суммы коммуникативных знаний. Представлялось важным формировать у бакалавров смыслообразующие мотивы, ценностное отношение к деловой коммуникации в профессии менеджера, способность строить эффективную коммуникацию при решении управленческих задач. Такой подход позволит наиболее эффективно использовать потенциал цифровой образовательной среды вуза, развивать умение видеть и решать коммуникативные проблемы в области менеджмента. В связи с этим, разработанная нами технология имеет поэтапный характер.

Первый этап (содержательно-процессуальный) – ознакомление с сущностью деловой коммуникации, ее значением в профессии менеджера; формирование правильного понимания коммуникативных тактик и стратегий, правил их использования при решении профессиональных проблем.

Второй этап (мотивационный) – на основе теоретического обоснования развитие мотивации использования коммуникативных тактик и стратегий при решении конкретно поставленных проблем в области менеджмента.

Третий этап (коммуникативно-деятельностный) – развитие умений видеть профессиональную проблему в области менеджмента, осуществлять рациональный выбор коммуникативных тактик и стратегий для ее решения в разных ситуациях.

Описание технологии формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза мы подробно представим в параграфе 2.2 диссертационной работы.

ВЫВОДЫ ПО ПЕРВОЙ ГЛАВЕ

Модернизация высшего образования порождает постановку новых образовательных задач в профессиональной подготовке будущих менеджеров и поиск эффективных способов их решения. Это обусловлено возрастающей профессиональной мобильностью менеджера, во многом связанной с умениями в области деловой коммуникации (решение профессиональных коммуникативных проблем, владение стратегиями и тактиками эффективного делового взаимодействия).

Готовность будущих менеджеров к деловой коммуникации мы понимаем как интегративное профессионально-значимое качество личности, проявляющееся в мотивации и знаниях эффективного использования цифровой образовательной среды в освоении деловой коммуникации; в способности на теоретическом и практическом уровнях применять ресурсы цифровой образовательной среды вуза для отработки умений и опыта деловой коммуникации; в рефлексивной оценке процесса и результата формирования готовности к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде.

Источниками разработанной нами структурно-функциональной модели формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде являются социальный заказ на коммуникативную подготовку будущих менеджеров, зарубежный и отечественный педагогический опыт университетов, а также практический опыт обучения коммуникации в условиях цифровой образовательной среды вуза.

Теоретико-методологический блок представлен выбранными нами методологическими подходами и принципами, которые позволяют обозначить научную точку зрения на объект исследования. В настоящем исследовании на философском уровне заявлен аксиологический подход; на общенаучном уровне – субъектно-средовой подход, на конкретно-научном уровне – проблемно-коммуникативный подход.

Исходя из выделенных методологических подходов, мы пришли к формулировке общедидактических принципов, которые призваны выполнять регулятивную функцию в педагогической деятельности: принципы релевантности, диалогичности, практико-ориентированности, интегративности.

Процессуально-методический блок включает комплекс таких педагогических условий, как вовлечение будущих менеджеров в активное освоение, использование и трансформацию цифровой образовательной среды университета при целенаправленном применении разных видов учебной коммуникации; включение студентов в традиционные и дистанционные формы контактов с реальными и потенциальными партнерами для формирования у них устойчивой мотивации к деловой коммуникации; овладение будущими менеджерами разнообразными стратегиями и тактиками делового общения, рефлексией оценки его результата посредством решения традиционных и электронных кейсов.

Сопровождение студентов происходит на протяжении всего периода обучения в вузе и представлено в виде локальной педагогической технологии, включающей содержательно-процессуальный, мотивационный и коммуникативно-деятельностный этапы.

На всех этапах предполагается использование разнообразных средств и методов, которые оптимизируют образовательный процесс и интегрируются между собой (метод инцидента, ситуационно-ролевые игры, игровое проектирование, дискуссия, традиционные и электронные кейсы и др.).

ГЛАВА 2. ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНАЯ РАБОТА ПО ФОРМИРОВАНИЮ ГОТОВНОСТИ БУДУЩИХ МЕНЕДЖЕРОВ К ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В ЦИФРОВОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЕ ВУЗА

2.1. Цель, задачи и общая характеристика экспериментальной работы по формированию готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза

В данном параграфе мы представлены результаты констатирующего этапа исследования, интерпретация полученных данных, на их основе сформулированы общие выводы экспериментальной деятельности.

Анализ психолого-педагогических исследований в области профессиональной подготовки будущих менеджеров позволил нам определить критерии и показатели готовности студентов к деловой коммуникации: когнитивный, мотивационно-ценностного и коммуникативно-деятельностный.

Целью констатирующего этапа эксперимента являлось выявление уровней сформированности готовности к деловой коммуникации студентов направления подготовки «Управление персоналом».

Задачи констатирующего этапа эксперимента:

- 1) осуществить выбор вуза, осуществляющего профессиональную подготовку будущих менеджеров, на базе которого будет проводиться эксперимент;
- 2) определить критерии, показатели и уровни сформированности у студентов готовности к деловой коммуникации;
- 3) оценить готовность к деловой коммуникации у будущих менеджеров в цифровой образовательной среде университета.

Исследование проводилось в Сургутском государственном педагогическом университете, который осуществляет профессиональную подготовку студентов по направлению «Управление персоналом». Из 135 студентов, которые составляли генеральную совокупность респондентов, нами

была рассчитана требуемая выборка для исследования с учетом доверительной вероятности в 95 % и доверительным интервалом («погрешностью» $\pm 5\%$). Таким образом, выборка респондентов для исследования определена в количестве 100 респондентов без выделения критериев отбора из генеральной совокупности.

Интерпретация оценки когнитивного, мотивационно-ценностного и коммуникативно-деятельностного критериев, показателей каждого критерия и трех уровней сформированности готовности студентов к деловой коммуникации (оптимальный, достаточный, критический) представлена в таблице 15.

Каждому уровню присваивается значение от 1 до 3 по утвержденной шкале для дальнейшей интерпретации полученного результата групп. Для каждого критерия может быть выбран только одно значение по шкале для группы. Так для получения критического уровня готовности к деловой коммуникации значение по трем критериям должно быть равно 3, для достижения допустимого уровня должно быть в промежутке от 4 до 6, а для оптимального уровня – от 7 до 9. Шкалирование отражено в интерпретации результатов по всем методам диагностики студентов.

Для оценки когнитивного и мотивационно-ценностного критерия vs использовали тестирование, представленное в Приложении 2. Тестирование студентов проводилось через платформу «Google form», которая предоставляла возможности для дистанционного включения в эксперимент. Деятельностный критерий был оценен при решении студентам кейсов. Решение кейсов оценивали два эксперта с использованием программ «Skype», а также при помощи видеосъемки с письменного согласия студентов.

Таблица 15 – Критерии, показатели и уровни сформированности готовности к деловой коммуникации студентов направления подготовки «Управление персоналом»

Критерии	Показатели	Уровни		
		Оптимальный	Достаточный	Критический
Когнитивный	<p><i>Знания</i> о месте деловой коммуникации в профессии менеджера;</p> <p><i>знания</i> о сущности эффективной деловой коммуникации в режиме офлайн и онлайн;</p> <p><i>знания</i> о коммуникативных стратегиях и тактиках в переговорах, совещании, деловой беседе, деловом телефонном разговоре;</p> <p><i>знания</i> об организации деловой коммуникации с учетом статусных, возрастных и индивидуальных особенностей деловых партнеров.</p>	<p>У студента в полной мере сформированы знания о месте деловой коммуникации в профессии менеджера; о сущности эффективной деловой коммуникации в режиме офлайн и онлайн; о коммуникативных стратегиях и тактиках в переговорах, совещании, деловой беседе, деловом телефонном разговоре; об организации деловой коммуникации с учетом возрастных, статусных и индивидуальных особенностей деловых партнеров.</p>	<p>У студента сформированы знания о месте деловой коммуникации в профессии менеджера; о сущности эффективной деловой коммуникации в режиме офлайн и онлайн; о коммуникативных стратегиях и тактиках в переговорах, совещании, деловой беседе, деловом телефонном разговоре. Однако поверхностны и неточны знания об организации деловой коммуникации с учетом статусных, возрастных и индивидуальных особенностей деловых партнеров.</p>	<p>У студента сформированы знания о месте деловой коммуникации в профессии менеджера; о сущности эффективной деловой коммуникации в режиме офлайн и онлайн. Однако отсутствуют знания о коммуникативных стратегиях и тактиках в переговорах, совещании, деловой беседе, деловом телефонном разговоре; об организации деловой коммуникации с учетом статусных, возрастных и индивидуальных особенностей деловых партнеров.</p>

Продолжение таблицы 15

Критерии	Показатели	Уровни		
		Оптимальный	Достаточный	Критический
Мотивационно-ценностный	<i>Осознание</i> ценности эффективной деловой коммуникации в профессиональной деятельности менеджеров; <i>наличие</i> коммуникативного намерения в организации и реализации деловой коммуникации.	Студент осознает ценности эффективной деловой коммуникации в профессиональной деятельности менеджера; имеет коммуникативное намерение в организации и реализации деловой коммуникации.	Студент осознает ценности эффективной деловой коммуникации в профессиональной деятельности менеджера; имеет коммуникативное намерение в организации и реализации деловой коммуникации. Однако отсутствует коммуникативное намерение в организации и реализации деловой коммуникации.	Студент не осознает ценности эффективной деловой коммуникации в профессиональной деятельности менеджера; не имеет коммуникативного намерения в организации и реализации деловой коммуникации.
Коммуникативно-деятельностный	<i>Умение</i> ставить цель и задачи, определять тему высказывания в деловой коммуникации; <i>умение</i> осуществлять выбор вербальных и невербальных средств для решения управленческих задач в режиме офлайн и онлайн; <i>умение</i> эффективного говорения и слушания в деловой коммуникации; <i>умение</i> оценивать свое коммуникативное поведение.	Студент определяет тему высказывания, речь студента соответствует цели и задачам деловой коммуникации. В полной мере сформировано умение осуществлять рациональный выбор вербальных и невербальных средств для решения управленческих задач в режиме офлайн и онлайн.	Студент определяет тему высказывания, однако его речь частично соответствует цели и задачам деловой коммуникации. Затрудняется самостоятельно осуществить рациональный выбор вербальных и невербальных средств для решения управленческих задач в режиме офлайн и онлайн.	Студент не всегда самостоятельно определяет тему высказывания, его речь не соответствует цели и задачам деловой коммуникации. Не сформировано умение осуществить рациональный выбор вербальных и невербальных средств для решения управленческих задач в режиме офлайн и онлайн

Продолжение таблицы 15

Критерии	Показатели	Уровни		
		Оптимальный	Достаточный	Критический
Коммуникативно-деятельностный		Коммуникативные качества речи студента проявляются в полном соответствии с языковыми значениями. Речь студента строго последовательна, структура речи не нарушена. Сформировано умение эффективного слушания в деловой коммуникации. Студент проводит рефлексию, умеет оценивать свое коммуникативное поведение.	Коммуникативные качества речи студента частично проявляются в соответствии с языковыми значениями. Речь студента не всегда последовательна и структурирована. Студент проводит рефлексию, но с ошибками оценивает свое коммуникативное поведение.	Коммуникативные качества речи студента проявляются в несоответствии с языковыми значениями. Речь студента непоследовательна. Структура речи нарушена. Студент не проводит рефлексию, не умеет оценивать свое коммуникативное поведение.

Будущим менеджерам предлагалось решить кейсы, позволяющий оценить умения эффективного говорения (точность, уместность, логичность речи) и практического решения коммуникативных задач в области управления персоналом.

Для подтверждения актуальности настоящего исследования и выбора экспертов для экспериментальной работы перед началом констатирующего этапа эксперимента был реализован метод экспертных оценок. В качестве цели принималась проверка возможности сочетания принципов самостоятельного оценивания и коллективной оценки компетентности экспертов, а также выявление сходств в оценках экспертов, которые будут признаны пригодными и не пригодными для окончательного учета.

В ходе проводимого исследования мы решали следующие задачи: разработать опросный лист для экспертов, в котором эксперты должны оценить актуальность исследования формирования готовности к деловой коммуникации студентов направления подготовки «Управления персоналом», а также оценить экспертов, которые могут выступить в роли «эксперта» в экспериментальном исследовании оценки готовности к деловой коммуникации; собрать и проанализировать результаты экспертных оценок; применить методы самооценки и групповой оценки для выявления подходящих и неподходящих экспертов.

Для исследования использовалось мнение 15 экспертов, среди которых были представители Фонда поддержки предпринимательства г. Сургута, ПАО «Сургутнефтегаз», творческой студии «Пространство», преподавателей БУ «Сургутский государственный педагогический университет».

Технология экспертного опроса включала в себя определение критериев выбора экспертов, оценку компетентности и установление целей метода. Схематично технология экспертного опроса по оценке готовности к деловой коммуникации студентов направления подготовки «Управление персоналом» представлена на рисунке 8.

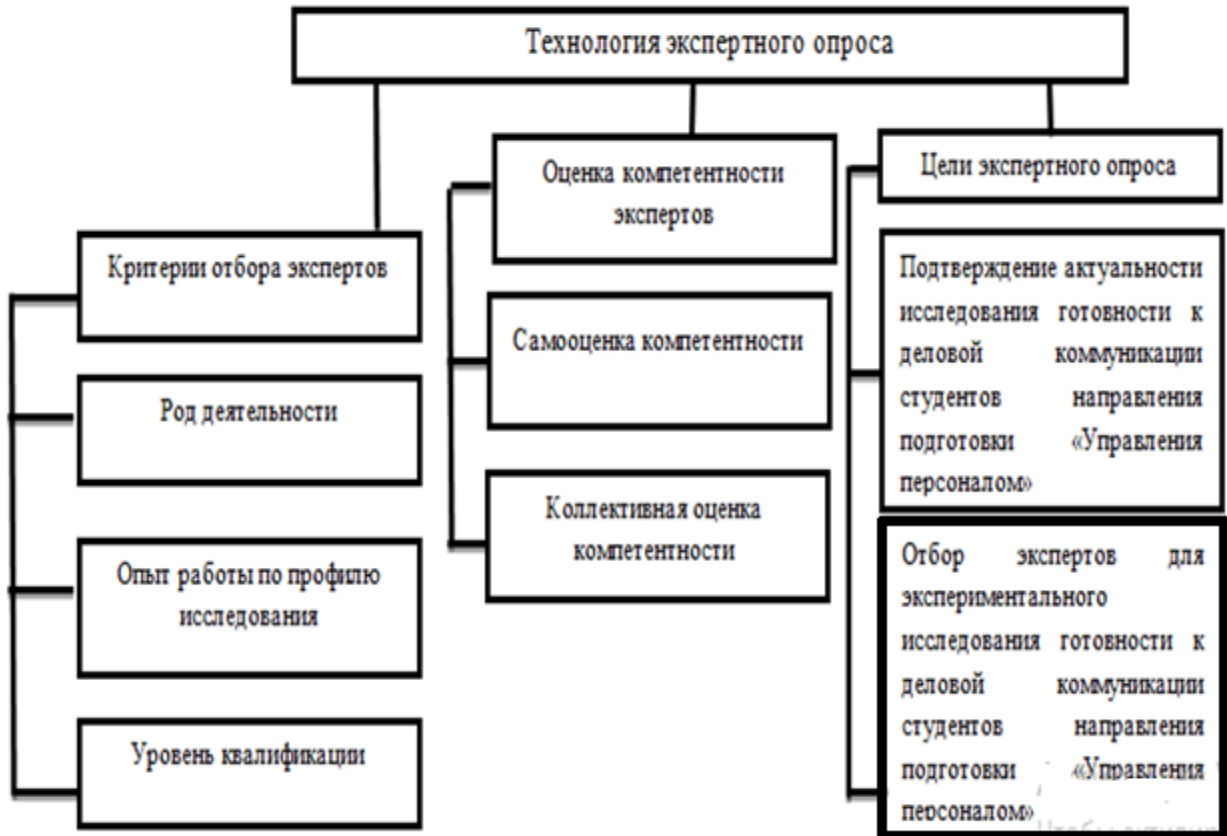


Рисунок 8 – Технология экспертного опроса

Метод коллективной оценки был основан на взаимном оценивании экспертов способом выделения наиболее компетентных коллег из представленного списка (необходимо выделить 10 экспертов из 15 возможных кандидатур). На основании ответов построена таблица, в ячейках которой 1 обозначает выбор, – отсутствие выбора, 0 указывает на то, что никто из экспертов не может голосовать за свою кандидатуру. В последнем столбце таблицы приводится сумма «голосов», которую получил каждый эксперт. Эти числа принимаются в качестве веса мнений о соответствующем эксперте.

Первичные результаты взаимной оценки компетентности экспертов представлены в таблице 16.

Таблица 16 – Первичные результаты взаимной оценки компетентности экспертов

Номер эксперта (претенденты на участие)	Номер эксперта (голосующие)															Вес мнений
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	-	1	0	1	-	1	1	1	1	-	-	1	-	1	1	9
2	-	1	-	1	-	1	0	-	-	1	1	1	-	1	-	7
3	0	1	-	1	1	1	1	-	1	1	1	-	-	1	-	9
4	1	1	1	1	1	-	1	0	1	-	1	-	1	1	1	11
5	1	1	-	-	-	1	-	-	-	0	1	1	1	-	1	7
6	1	-	1	1	-	0	1	1	1	1	-	1	1	-	1	10
7	1	0	1	1	1	-	1	1	-	1	1	1	-	-	1	10
8	1	1	-	0	1	1	1	-	-	1	1	1	1	1	-	10
9	-	-	1	1	1	1	1	1	0	1	-	-	1	1	1	10
10	1	1	1	1	0	-	-	1	1	1	1	-	1	1	1	11
11	-	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	-	-	11
12	1	-	1	-	1	-	-	1	1	1	1	0	1	1	1	10
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-	-	1	0	1	1	12
14	1	1	1	-	1	1	-	1	1	-	1	1	1	0	1	11
15	1	-	1	-	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	12

После замены на веса единиц в таблице (по столбцам) нами был получен ранжированный ряд оценок уровня компетентности всех 15 экспертов (таблица 17). Ранговая оценка компетентности k_1 для участия в экспертном оценивании определенного эксперта должна быть не ниже 10 места.

Таблица 17 – Уточненные результаты взаимной оценки компетентности экспертов

Номер эксперта (претенденты на участие)	Номер эксперта (голосующие)															Суммарная оценка	Ранговая оценка компетентности k_1
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		
1	-	10	-	10	-	10	7	11	10	-	-	10	-	11	12	91	12
2	9	-	9	10	11	-	7	11	-	7	11	10	-	-	12	97	10
3	-	10	-	10	11	10	7	-	10	7	11	-	-	11	-	87	13
4	9	10	9	10	11	-	7	-	-	-	11	-	12	11	12	102	7
5	9	-	-	-	-	10	-	-	-	-	11	10	12	-	12	64	15
6	9	-	9	10	-	-	7	11	10	7	-	10	12	-	12	97	11
7	-	10	-	10	-	10	-	-	-	7	11	10	-	11	-	69	14
8	9	10	-	-	11	10	7	-	-	7	11	10	12	11	-	98	9
9	-	-	9	10	11	10	7	11	-	7	-	-	12	11	12	100	8
10	9	10	9	10	-	-	-	11	10	7	11	-	12	11	12	112	4
11	-	10	9	10	11	10	7	11	10	7	-	10	12	-	-	107	5
12	9	-	9	-	11	-	-	11	10	7	11	-	12	11	12	103	6
13	9	10	9	10	11	10	7	11	10	-	-	10	-	11	12	120	1
14	9	10	9	-	11	10	-	11	10	-	11	10	12	-	12	115	3
15	9	-	9	-	11	10	7	11	10	7	11	10	12	11	-	118	2

Самооценку компетентности экспертов предлагалось проводить на основе расчета критерия «приобщенности», включающего в себя оценку уровня теоретического знания проблемы и практического опыта. Эксперты могли оценить составляющие критерия по шкале от 0 до 1 б. (высокий – 1 б.; средний – 0,5 б.; низкий – 0). Исходя из числовых оценок составляющих, был произведен расчет коэффициентов уровня компетентности экспертов методом самооценки (k_2).

Достаточным уровнем компетентности эксперта, рассчитанным методом самооценки, для исследования нами признавалось значение коэффициента k_2 не менее 0,75. Для достижения значения коэффициента $k_2 = 0,75$, необходимо было, чтобы эксперт составляющим критерия присвоил значения:

– «оценка уровня теоретического знания проблемы» – 1 б. («высокий») и «оценка практического опыта» – 1 б. («высокий»);

– «оценка уровня теоретического знания проблемы» – 1 б. («высокий») и «оценка практического опыта» – 0,5 б. («средний»);

– «оценка уровня теоретического знания проблемы» – 0,5 б. («средний») и «оценка практического опыта» – 1 б. («высокий»).

Итоговые результаты оценки компетентности экспертов при использовании методов самооценки и коллективной оценки представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Итоговые результаты оценки компетентности экспертов при использовании методов самооценки и коллективной оценки

Номер эксперта	Суммарная оценка по методу взаимного оценивания экспертов	Ранговая оценка компетентности по методу взаимного оценивания экспертов, k_1	Балл по самооценке, k_2	Вывод
1	91	12	0,75	Не подходит для участия
2	69	14	0,75	Не подходит для участия
3	87	13	0,5	Не подходит для участия
4	102	7	1	Подходит для участия
5	64	15	0,5	Не подходит для участия
6	97	11	0,75	Подходит для участия
7	97	10	0,5	Не подходит для участия
8	98	9	1	Подходит для участия
9	100	8	1	Подходит для участия
10	112	4	1	Подходит для участия
11	107	5	1	Подходит для участия
12	103	6	0,75	Подходит для участия
13	120	1	1	Подходит для участия
14	115	3	1	Подходит для участия
15	118	2	1	Подходит для участия

Согласно данным таблицы, для участия в экспертном оценивании были отобраны эксперты под номерами 4, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15. Эксперты под номерами 1, 2, 3, 5, 7 были исключены из исследования.

Исключенные эксперты в целом оценили актуальность формирования готовности к деловой коммуникации студентов направления подготовки «Управление персоналом» гораздо ниже, чем эксперты, признанные подходящими для исследования. Исключенные эксперты выставили оценки в 2, 3, 4, 4 и 8 баллов. Эксперты, признанные подходящими для исследования, в целом оценили актуальность формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза в 8-10 баллов практически единогласно. При этом выставление экспертных оценок готовности студентов к деловой коммуникации и применение методик оценки компетентности экспертов проходило независимо друг от друга. Эксперты, прошедшие отбор, в целом поставили оценки готовности студентов к деловой коммуникации ниже, чем эксперты, исключенные из исследования.

Результаты исследования.

1. Выявлена эффективность применения сразу двух методик оценки компетентности экспертов (самооценка и коллективная), которая заключается в возможности исключить из исследования экспертные оценки наименее подходящих экспертов, обеспечив более качественные итоговые результаты.

2. Выявлена определённая взаимосвязь между оценками исключенных экспертов (схожесть между собой) и оценками экспертов, прошедших отбор (схожесть между собой и несхожесть с оценками исключенных экспертов).

3. Если брать во внимание экспертные оценки только тех экспертов, которые прошли отбор, то актуальность формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза подтверждается и оценена высоко.

4. Для экспериментального исследования мы выбрали двух экспертов из числа отобранных, которые могли осуществить независимую оценку готовности респондентов к деловой коммуникации. После того, как эксперты подтвердили участие в эксперименте, их познакомили со структурной моделью готовности к деловой коммуникации студентов направления подготовки «Управление персоналом» и диагностическим инструментарием для ее оценки.

В ходе экспериментальной работы получены данные о готовности к деловой коммуникации 100 респондентов из числа студентов, обучающихся по направлению подготовки «Управление персоналом». По итогам оценки всех групп были получены результаты оценки готовности деловой коммуникации, во всех группах был выявлен критический уровень готовности к деловой коммуникации, что подтверждает актуальность исследования. При этом отметим, что в состав каждой из четырех групп студенты были набраны методом случайной выборки и все группы студентов, участвующих в эксперименте, находились в одинаковых условиях по материально-техническому обеспечению (наличию условий, материальной базы, образовательной среды).

Группы разделены по равному количеству респондентов, каждая группа включала 50 респондентов. В экспериментальной группе, в отличие от контрольной, были введены педагогические условия формирования у будущих менеджеров готовности к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза и технология их реализации, описание которых представлено ранее в п. 1.3. Задания, которые предлагались экспертами студентам, представлены в Приложении 2. Остановимся на анализе результатов констатирующего эксперимента. В таблице нами представлены результаты констатирующего эксперимента по итогам измерения уровня готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации во всех группах.

Таблица 19 – Результаты измерения уровней готовности студентов к деловой коммуникации по итогам констатирующего этапа эксперимента во всех группах

Группы	Уровень готовности студентов к деловой коммуникации						К-во человек в группе
	Критический		Достаточный		Оптимальный		
	к-во	%	к-во	%	к-во	%	
ЭГ	24	48,00	18	36,00	8	16,00	50
КГ	20	40,00	19	38,00	11	22,00	50

Полученные результаты позволяют с достаточной степенью уверенности отметить явное преобладание студентов с критическим уровнем готовности к деловой коммуникации (44%), с достаточным уровнем (37%) и оптимальным уровнем (19 %) (см. таблицу 20 и рисунок 9).

Таблица 20 – Средние значения уровней готовности студентов к деловой коммуникации по итогам измерения на констатирующем этапе эксперимента

Средние значения уровней готовности студентов к деловой коммуникации						К-во человек в группе
Критический		Достаточный		Оптимальный		
к-во	%	к-во	%	к-во	%	
22,00	44,00	18,50	37,00	9,50	19,00	50,00

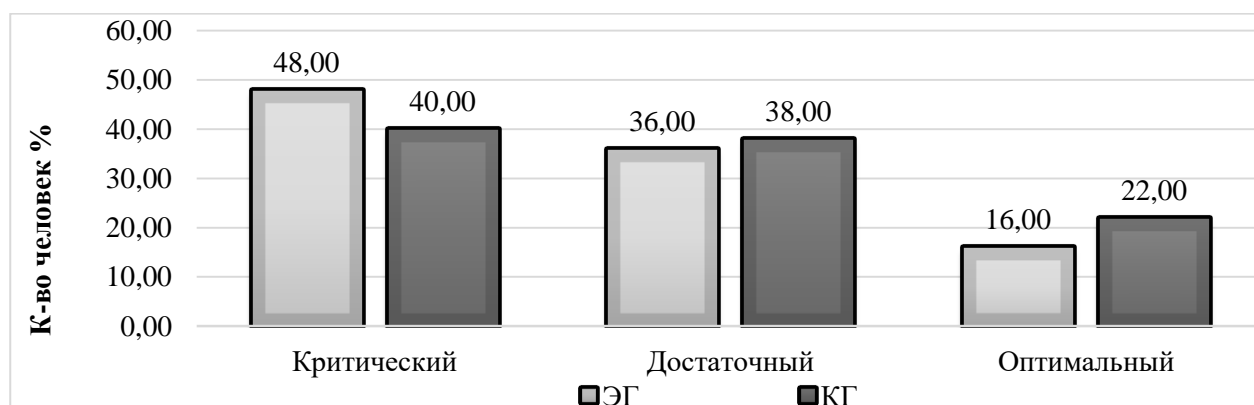


Рисунок 9 – Средние значения уровней готовности студентов к деловой коммуникации на констатирующем эксперименте по всем группам

Наглядное изображение процентного соотношения средних значений по уровням готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации на констатирующем эксперименте представлено на рисунке 10.

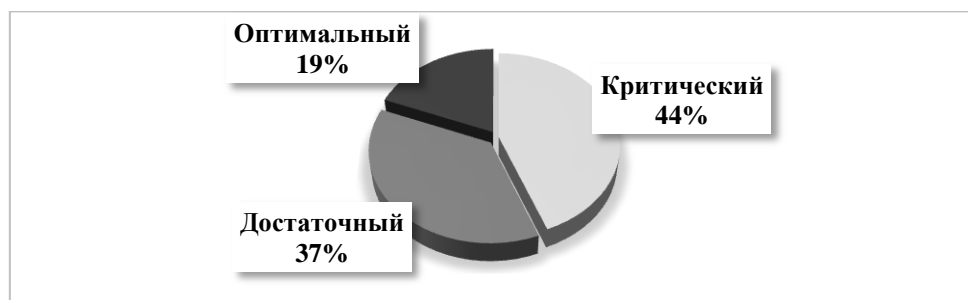


Рисунок 10 – Средние значения по уровням готовности к деловой коммуникации на констатирующем эксперименте

Анализ полученных данных показал, что процентное соотношение студентов по уровням готовности к деловой коммуникации на этапе констатирующего эксперимента в разных группах примерно одинаково и мало отличается друг от друга. Кроме того, во всех группах основная часть студентов имела критический уровень готовности к деловой коммуникации. Этот вывод подтвердил существование изучаемой нами проблемы в педагогической практике университета.

Проанализируем результаты констатирующего эксперимента по отдельным критериям готовности студентов вуза к деловой коммуникации: когнитивному, мотивационно-ценностному, коммуникативно-деятельностному компоненту (таблица 21).

Таблица 21 – Данные констатирующего эксперимента по трем критериям готовности студентов к деловой коммуникации во всех группах

Группы	Уровни сформированности когнитивного критерия					
	Критический		Достаточный		Оптимальный	
	к-во	%	к-во	%	к-во	%
ЭГ	25	50,00	18	36,00	7	14,00
КГ	23	46,00	19	38,00	8	16,00
Группы	Уровни сформированности мотивационно-ценностного критерия					
	Критический		Достаточный		Оптимальный	
	к-во	%	к-во	%	к-во	%
ЭГ	19	38,00	20	40,00	11	22,00
КГ	19	38,00	20	40,00	11	22,00
Группы	Уровни сформированности коммуникативно-деятельностного критерия					
	Критический		Достаточный		Оптимальный	
	к-во	%	к-во	%	к-во	%
ЭГ	20	40,00	20	40,00	10	20,00
КГ	19	38,00	21	42,00	10	20,00

Опираясь на проявления когнитивного критерия, отметим, что 50% студентов в экспериментальных группах имели критический уровень, 36% – достаточный, 14% – оптимальный. В контрольной группе также преобладал критический уровень готовности к деловой коммуникации – 46 %, достаточного уровня достигли 38 %, а оптимальный уровень составил 16 %.

Анализируя результаты, мы можем сделать следующий вывод: студенты не обладают полными знаниями о месте деловой коммуникации в профессии специалиста по управлению персоналом, чаще всего допускают ошибки в тех тестовых заданиях, которые были направлены на выявление знаний о телефонных переговорах (66 % от общего числа неверных ответов), 34 % бакалавров ошиблись при ответе на тестовые задания по дисциплинарным беседам с подчиненными сотрудниками.

Как в контрольной, так и в экспериментальной группе преобладает критический уровень. Это указывает на то, что студенты не обладают полными знаниями о коммуникативных тактиках и стратегиях в разных видах делового общения (деловой беседе, совещании, переговорах, деловом телефонном разговоре и др.).

После тестирования № 3 (Приложение 2) мы выделили проблемные вопросы, на которые бакалавры часто давали неправильные ответы. Данные вопросы включали следующие аспекты деловой коммуникации: коммуникационные техники, используемые в деловом общении и их применение; уточняющие вопросы в деловой коммуникации; риторические вопросы в деловой коммуникации и др.

В ходе тестирования № 2 (Приложение 2) студенты часто давали неправильные ответы, затрудняясь определить цель сотрудников организации, необходимую для осуществления деловой коммуникации (15 %); виды деловой беседы (12 %); набор правил и норм при взаимодействии с деловым партнером по телефону (20 %); требования к подготовке к телефонному разговору (20%); этапы подготовки к переговорам (10 %); национальные различия в переговорном процессе (10 %); причины проведения совещания (10 %);

особенности подготовки к проведению планового совещания с большим числом участников (3 %).

На основании мотивационно-ценностного критерия в экспериментальной группе получены следующие результаты: в экспериментальной группе критического уровня достигли 38 %, достаточного уровня – 40 %, оптимального уровня – 22 %; в контрольной группе – результаты получились идентичными с экспериментальной группой.

По итогам обработки результатов мы выделили вопросы, на которые большинство респондентов давали неправильные ответы. Особенно часто студенты неправильно отвечали на вопросы теста, связанные с целью и местом деловой коммуникации специалиста по управлению персоналом с различными партнерами.

В контрольной группе по коммуникативно-деятельностному критерию были получены следующие результаты: критического уровня достигли 38 % респондентов, достаточного уровня – 42 %, а оптимального уровня – 20 %. В экспериментальной группе результаты незначительно отличаются от контрольной группы: критического уровня достигли 40%, достаточного уровня – 40 %, а оптимального – 20 %.

Уровень сформированности коммуникативно-деятельностного критерия был оценен двумя экспертами. Студентам предлагали решить кейсы, направленные на выявление умений практического решения коммуникативных задач в области управления персоналом, а также умений эффективного говорения. Эксперты отметили неумение студентов решать конфликтные ситуации в ходе деловой коммуникации, у многих студентов не сформирована точность, уместность, логичность речи.

Для получения более достоверного результата проведен опрос преподавателей факультета управления, которым было предложено ответить на следующие вопросы:

– Какими умениями должны овладеть студенты в процессе их подготовки к коммуникативной деятельности в организациях?

– Оцените уровень сформированности готовности к деловой коммуникации у студентов вашего факультета: оптимальный, достаточный, критический.

– С какими трудностями сталкиваются студенты в процессе овладения знаниями деловой коммуникации в вузе?

– Какие коммуникативные барьеры чаще всего возникают у студентов в ходе педагогической практики?

– Какие средства, формы и методы обучения эффективной деловой коммуникации вы можете предложить в рамках профессиональной подготовки будущего специалиста по управлению персоналом?

В ходе опроса преподаватели выделили ряд проблем в формировании готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации. Прежде всего, педагоги отметили недостаточный уровень сформированности профессиональных знаний о специфике построения общения с деловыми партнерами (с учетом их статуса и возраста), умений учитывать ситуацию при использовании стратегий и тактик деловой коммуникации для решения коммуникативных задач в области управления персоналом, преодолевать коммуникативные барьеры при взаимодействии, аргументировать свою позицию и др.

Большинство преподавателей основную причину коммуникативных затруднений студентов видят в том, что за время обучения в вузе они не стремятся реализовывать свои коммуникативные знания, искать способы адаптации к различным коммуникативным условиям профессиональной деятельности, решать коммуникативные задачи в различных коммуникативных ситуациях менеджмента. Педагоги указали на необходимость оптимизации процесса обучения деловой коммуникации в вузе: целенаправленного использования научных основ коммуникативной проблематики в ходе учебных занятий и педагогической практики, придания содержанию и методам обучения большей коммуникативной направленности, разработки системы

традиционных и электронных кейсов, решение которых ускорит выработку коммуникативных умений.

Поскольку в нашем исследовании поставлена цель формирования готовности студентов к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза, был проведен однофакторный дисперсионный анализ, подтверждающий значимость влияния данной среды. Дисперсионный анализ представляет собой статистический метод, позволяющий анализировать влияние различных факторов (признаков) на исследуемую (зависимую) переменную. Целью дисперсионного анализа является проверка значимости различия между средними с помощью сравнения дисперсий. Дисперсию измеряемого признака разлагают на независимые слагаемые, каждое из которых характеризует влияние того или иного фактора или их взаимодействия. Последующее сравнение таких слагаемых позволяет оценить значимость каждого изучаемого фактора, а также их комбинации. Для нашего исследования применен однофакторный анализ. Ведущим фактором является цифровая образовательная среда университета.

В ходе анализа цифровая образовательная среда называется «условием», если условия не отличаются, то это значит, что влияние цифровой образовательной среды не оказывает значительного эффекта на рассматриваемые группы. Если же обнаружено статистически достоверное влияние условия, то цифровая образовательная среда оказывает значительное влияние на рассматриваемые группы. В результате проведенного анализа (Приложение 4) мы пришли к следующим результатам: обнаружено статистически достоверное влияние условия, что означает, что цифровая образовательная среда вуза оказывает значительный эффект на рассматриваемые группы.

Далее была проведена диагностика уровней компетентности педагогов в использовании кейс-метода в цифровой образовательной среде вуза. В диагностике участвовали 77 преподавателей, осуществляющих обучение студентов направления подготовки «Управление персоналом» в период

проведения эксперимента. Были использованы следующие диагностические методы: анкетирование, беседа, наблюдение.

Для оценки знаний о формировании готовности студентов к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза нами было проведено анкетирование педагогов (анкета представлена в Приложении 3), результаты анкетирования представлены в таблице 22.

Таблица 22 – Результаты анкетирования педагогов

Результаты	1 (низкий уровень)	2 (средний уровень)	3 (высокий уровень)
Оценка в %	0-66	67-86	87-100
Значение по шкале	1	2	3
Знание методических особенностей применения кейсов в цифровой образовательной среде вуза	10	70	20

По итогам оценки представленных результатов можно выявить преобладание среднего уровня у 70 % преподавателей.

В результате бесед с преподавателями была выявлена проблема использования кейс-метода в цифровой образовательной среде университета. 56 % педагогов обозначили необходимость данного метода в профессиональной подготовке будущих менеджеров и, вместе с тем, недостаточность опыта его использования в цифровой образовательной среде вуза (таблица 23).

Таблица 23 – Результаты беседы с преподавателями по проблемам использования кейс-метода

Проблемы	% от общего числа респондентов
Нехватка опыта	56%
Проблема с выбором интересных кейсов для студентов	14%
Проблема возникает от отсутствия установленного алгоритма для решения кейса	15%
Нехватка знаний о кейсах при реализации кейс-метода	15%

Далее нами было проведено наблюдение за деятельностью педагогов на занятиях по различным дисциплинам, направленным на формирование

коммуникативных умений у студентов направления подготовки «Управление персоналом». Оценка осуществлялась экспертами, выбранными в результате использования метода экспертных оценок (таблица 24).

Таблица 24 – **Результаты оценки занятий педагогов**

Результаты	1 (низкий уровень)	2 (средний уровень)	3 (высокий уровень)
Оценка в %	0-66	67-86	87-100
Значение по шкале	1	2	3
Владение алгоритмом применения кейсов в цифровой образовательной среде	12	69	19
Умение применения кейсов в цифровой образовательной среде	15	70	15
Опыт применения кейсов в цифровой образовательной среде	18	77	5
Средний результат в %	15	72	13

Таким образом, в результате использования уставленной нами шкалы для оценки итогового уровня компетентности педагогов, мы можем сделать вывод о том, что у преподавателей СурГПУ выявлен преимущественно средний уровень компетентности в формировании готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации при использовании кейс-метода. Беседы с педагогами указали на недостаточный опыт применения традиционных и электронных кейсов в цифровой образовательной среде вуза. В связи с этим, в ходе предварительной работы до формирующего этапа исследования мы предлагаем ряд мероприятий, которые повысят уровень компетентности педагогов и позволят им обрести опыт в данном направлении образовательной деятельности.

Прежде всего, важно выявить потенциал дисциплин учебного плана по направлению подготовки 38.03.03 «Управление персоналом» для формирования трех компонентов готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза (когнитивного, мотивационно-ценностного и коммуникативно-деятельностного).

Отметим, что в рамках заявленного нами принципа интеграции проявляется взаимообогащающий, двусторонний характер межпредметных

связей дисциплин, входящих в учебный план факультетов управления. Кроме того, реализация принципа интеграции была бы односторонней, если бы мы не учли его вторую сторону – педагогическую интеграцию, отражающую уровень взаимосвязи и взаимодействия членов педагогического коллектива в целях обучения студентов эффективной деловой коммуникации. В связи с этим, кафедра социально-экономического образования является целостным совокупным субъектом педагогического сопровождения в процессе формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза. Данная деятельность является относительно новой для преподавателей и требует соответствующей подготовки. Все это предполагает проведение тематических заседаний кафедры, методического семинара, различных видов консультирования, в ходе которых преподаватели знакомятся с педагогическими условиями формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза.

Несмотря на то, что существуют федеральные государственные стандарты высшего образования, в современных условиях вузам предоставлена определенная свобода для вариаций не только в содержании отдельных дисциплин, но и в структуре учебных планов. В ФГОС ВО наиболее «чувствительными» к изменениям рынка труда является часть образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений. В связи с этим, сбалансированное распределение универсальных и профессиональных компетенций позволяет вузу оперативно реагировать на запросы работодателей.

Темы учебных занятий в дисциплинах могут быть различными, но обязательным требованием остается формирование компетенций студентов в области эффективной деловой коммуникации с применением различных средств (учебно-методические пособия, аудиовизуальные и мультимедийные средства и др). Приведем примеры тематики учебных занятий в СурГПУ, направленных на формирование *когнитивного компонента* готовности к

деловой коммуникации у студентов направления подготовки «Управление персоналом» (таблица 25).

Таблица 25 – Темы занятий, которые представляют возможность формирования когнитивного компонента готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации

Дисциплина	Семестр	Темы учебных занятий
Введение в профессию	1	Этика профессиональной деятельности специалиста по управлению персоналом. Социальная роль и значимость профессии специалиста в области управления персоналом в обществе и современном предприятии.
Иностранный язык	1-3	Речевой этикет. Особенности профессии менеджера. Подготовка к собеседованию. Правила поведения на собеседовании.
Основы межкультурных коммуникаций	2	Национальные особенности повседневного этикета народов мира. Анализ проблемных ситуаций межкультурного общения.
Русский язык и культура речи	2	Коммуникативные и этические аспекты устной и письменной речи. Ораторское искусство. Особенности аргументативной речи. Основные направления совершенствования навыков грамотного письма и говорения.
Социология	2	Личность как деятельный субъект.
Философия	2	Нравственные ценности. Понимание и объяснение. Действительность, мышление, логика и язык.
Конфликтология	3	Виды конфликтов в организации. Пути решения конфликтных ситуаций.
Практикум по русскому языку	2	Официально-деловой стиль, сфера его функционирования. Документ как речевой жанр и вид текста.
Деловые игры	3	Внутригрупповые и межгрупповые процессы при проведении деловых игр. Возможности и ресурсы «Дебатов» и дискуссий. Мозговой штурм как основа принятия управленческих решений.

Данная таблица позволяет сделать вывод о возможности в рамках содержания учебных дисциплин сформировать знания студентов о месте деловой коммуникации в профессии менеджера, о сущности и построении деловой коммуникации в области управления, о коммуникативных тактиках и стратегиях при взаимодействии с деловыми партнерами.

Далее отметим предметы учебного плана, которые отвечают за формирование у студентов *мотивационно-ценностного компонента* готовности

к деловой коммуникации и включают материал о значении данной коммуникации в профессиональной деятельности менеджера (таблица 26).

Таблица 26 – Темы занятий, которые представляют возможность формирования мотивационно-ценностного компонента готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации

Дисциплина	Семестр	Темы учебных занятий
Экономика управления персоналом	5	Привлечение инвестора для реализации управленческих целей.
Организационное поведение	6	Роли персонала в организации. Отклоняющееся поведение в организации. Эффективность работы в командах.
Деловые коммуникации	4	Коммуникативная компетентность менеджера. Виды и формы деловых коммуникаций. Уровни коммуникаций. Подготовка и проведение совещаний. Коммуникации в конфликтных ситуациях.
Психофизиология профессиональной деятельности	4	Подходы к характеристике мотивов профессиональной деятельности, направлений развития в процессе профессионализма.
Социология и психология управления персоналом	4	Социально-психологические основы принятия управленческих решений: регулирование и воздействие. Оценка профессионально важных качеств личности успешного управленца: проявление индивидуальных особенностей личности. Социально-психологические основы межличностных отношений. Личность и малые группы в организации. Мотивация поведения личности в организации.
Основы коммуникации	5	Теоретические аспекты изучения роли деловой коммуникации в профессиональной деятельности.

Кроме того, важно определить тематику практико-ориентированных дисциплин, в содержании которых включены темы коммуникативной направленности, позволяющие не только изучить специфику деловой коммуникации, но и приобрести коммуникативные умения в области проведения деловых бесед, совещаний, переговоров и др. (таблица 27).

Таблица 27 – Темы занятий, которые представляют возможность формирования коммуникативно-деятельностного компонента готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации

Дисциплина	Семестр	Темы учебных занятий
Искусство ведения переговоров	5	Сущность и содержание процесса переговоров. Модели ведения переговоров и компетенции переговорщика. Типология поведения в переговорах.
Диагностика морально-психологического климата	5	Особенности структуры коммуникаций. Межличностные отношения и групповая сплоченность. Взаимоотношения с коллегами. Уровень конфликтности отношений и особенности поведения в проблемных ситуациях.
Стрессоустойчивость	5	Влияние стресса на коммуникацию в организации.
Эффективная риторика	5	Речевая деятельность в профессиональном пространстве управления персоналом. Говорение как вид речевой деятельности.
Управление организацией	8	Информирование руководства о существующих проблемах в области управления организацией.

Определив потенциал учебных дисциплин, отвечающих за формирование готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации, остается решить вопрос: какой инструментарий при этом целесообразно использовать? В связи с этим, нами разработана педагогическая технология реализации педагогических условий формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза.

Разработанная локальная педагогическая технология является алгоритмом процесса формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза, включает совокупность цели и задач, содержания, методов и средств для достижения планируемых результатов образовательной деятельности. Представим данную технологию в следующем параграфе диссертационной работы.

2.2. Технология формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза

Данный параграф представляет описание технологии поэтапной реализации педагогических условий формирования готовности к деловой коммуникации будущих менеджеров в цифровой образовательной среде вуза, более подробно представлено содержание функций педагогов, студентов, а также методов, форм, средств, которые были использованы в процессе экспериментальной работы.

В современной науке и образовательной практике педагогическую технологию можно рассматривать с разных позиций:

– как «совокупность средств и методов воспроизведения теоретически обоснованных процессов обучения и воспитания, которые позволяют успешно реализовывать образовательные цели» (В. П. Беспалько) [17];

– как «совокупность и порядок функционирования всех личностных, инструментальных и методологических средств, используемых для достижения целей педагогической деятельности» (М. В. Кларин) [75];

– как «совокупность психолого-педагогических установок, определяющих специальную компоновку средств, форм и методов обучения и воспитания, как организационно-методический инструментальный педагогического процесса» (Б. Т. Лихачев) [104].

Зачастую в образовательной практике университетов педагоги путают понятия «технология» и «методика», допускают ошибки при реализации конкретных технологий. Следует отметить, что технологии жестко задают способ достижения цели через алгоритм процедур и действий, которые должны строго следовать одна за другой; методика же предусматривает разнообразие, вариативность способов реализации теоретических положений, в меньшей степени предполагает гарантированности достижения цели.

Нам близка позиция В. М. Монахова, который утверждает, что педагогическая технология является современным методическим

инструментарием в руках работающего педагога, посредством которого им реализуется профессиональная педагогическая деятельность и происходит субъективизация педагогических знаний, которыми оперирует педагог [127]. В нашем случае, посредством методического инструментария будут реализованы педагогические условия.

В совместном труде В. М. Монахова, С. А. Тихомирова и Т. Л. Трошиной утверждается, что педагогическая технология активно востребует психолого-педагогическую компетентность педагога и способствует развитию его профессионального мастерства и творчества в условиях информационных ресурсов ИТ-образования. Педагогическая технология интегрально формирует инновационное педагогическое мышление педагога, потому что все инновации имеют технологическую природу, также способствует существенному усилению и активации роли обучаемых в учебном процессе. [128]. В связи с этим, перед реализацией педагогических условий предварительно проводилось обучение преподавателей СурГПУ. На заседании научно-методических советов кафедры обсуждались промежуточные результаты такой работы.

Следует отметить, что преподаватели университета постоянно (не менее одного раза в три года) проходили обучение по овладению новыми информационно-коммуникационными технологиями. Кроме того, каждый год происходило обновление информационных технологий и цифровых инструментов. Всем участникам образовательного процесса был предоставлен доступ к информационным локальным сетям и интернет-ресурсам. Внутрифирменное обучение преподавателей также проводилось в очной форме проходило по различным темам (например, «Алгоритм решения кейсов» или «Применение кейсов в педагогическом процессе вуза»). Затем педагоги самостоятельно применили кейсы на аудиторных занятиях, в дистанционной форме работали со студентами на образовательном портале вуза.

В связи с возникающими проблемами, мы предложили методические рекомендации для преподавателей по формированию готовности студентов к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза. С учетом

заявленного принципа диалогичности учебный диалог преподавателя и студента выполнял несколько функций:

- информативную (сообщались новые факты, явления в области менеджмента, возвращались к уже имеющимся);
- аналитическую (создавались условия для сопоставления, сравнения, выявления общего и особенного);
- корректирующую (происходила верификация получаемой информации);
- синтезирующую (интегрировались различные точки зрения, позиции, результаты).

Особое внимание при решении традиционных и электронных кейсов обращалось на правильный подбор подгрупп студентов по количественному и качественному составу. Остро стоял вопрос координации их деятельности, самодисциплины, культуры деловой коммуникации (особенно в ходе дискуссии). Важным моментом была обозначена рефлексия, выбор оптимального варианта решения (или решений) кейса с обоснованием. При использовании электронных кейсов особое внимание было направлено на выбор цифровой платформы, доступности методических материалов при решении ситуации, организации деловой коммуникации при ее обсуждении и др.

По желанию и необходимости производились индивидуальные консультации преподавателей по проблемным вопросам. Итогом обучения стали открытые занятия педагогов с применением кейс-метода, которые были оценены как экспертами, так и самими педагогами по разработанному критериальному аппарату.

Кроме того, были внесены изменения в формы итоговой аттестации студентов: многие педагоги выбрали кейсы как приоритетные средства контроля знаний и умений, внесли их в фонды оценочных средств. В связи с этим возникла необходимость провести внутрифирменное обучение педагогов по разработке традиционных и электронных кейсов с использованием

методических семинаров, мастер-классов, консультаций (например, «Кейс: от создания до оценки результатов»).

Убедившись в достаточном уровне компетентности преподавателей в реализации разработанных педагогических условий, мы перешли к самому процессу формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза. Формирующий этап экспериментальной работы был разработан с опорой на теоретико-методологическую базу исследования и результаты констатирующего этапа эксперимента, которые свидетельствовали о недостаточном уровне сформированности готовности студентов направления подготовки «Управление персоналом» к деловой коммуникации. В связи с этим, нами была поставлена задача реализовать следующие педагогические условия формирования готовности к деловой коммуникации будущих менеджеров в цифровой образовательной среде вуза:

1) вовлечение будущих менеджеров в активное освоение, использование и трансформацию цифровой образовательной среды университета при целенаправленном применении разных видов учебной коммуникации;

2) включение студентов в традиционные и дистанционные формы контактов с реальными и потенциальными партнерами для формирования у них устойчивой мотивации к деловой коммуникации;

3) овладение будущими менеджерами разнообразными стратегиями и тактиками делового общения, рефлексией оценки его результата посредством решения традиционных и электронных кейсов.

Сопровождение студентов проходило по следующим этапам: содержательно-процессуальному, мотивационному, коммуникативно-деятельностному.

На *первом этапе педагогической технологии (содержательно-процессуальном)* шло активное освоение, использование и трансформация студентами цифровой образовательной среды университета при целенаправленном применении разных видов учебной коммуникации.

Цифровая образовательная среда представляла собой разнообразные цифровые ресурсы, цифровые следы и цифровые технологии, которые были реализованы в соответствии с требованиями ФГОС ВО для реализации основной образовательной программы и освоения дисциплин выбранного нами направления подготовки.

С развитием цифровой образовательной среды в России вузы накопили значительный опыт ее реализации, обусловленный в том числе необходимостью дистанционного обучения в условиях пандемии. За последние два года уже можно сделать некоторые выводы о возможности закрепления различных элементов цифровой образовательной среды в вузе.

В Сургутском государственном педагогическом университете в 2018 году принято Положение об электронной информационно-образовательной среде. В структуру данной среды включены электронные информационные и образовательные ресурсы, совокупность информационных и телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических средств и обеспечивающих освоение учащимися образовательных программ независимо от места нахождения студента.

Проведенный в вузе мониторинг показал, какие интернет-ресурсы актуальны для формирования у будущих менеджеров готовности к деловой коммуникации. Далее для эффективной работы в цифровой образовательной среде студентам были предложены различные варианты доступа к данным интернет-ресурсам (например, к Hr-Portal).

Освоение материала проходило как внутри университета (например, повышения квалификации по программе «Создание онлайн-курсов»), так и за его пределами (обучение на семинаре «Чек-лист по разработке онлайн-курса на основе электронных учебных материалов: от правовых аспектов к технической реализации», организованный «IPR Media»).

Такое обучение было полезно как педагогам, которые смогли применить полученные знания для создания авторских онлайн-курсов, так и для студентов, которые увидели значимость результатов обучения для ведения деловой

коммуникации в профессиональной среде менеджмента.

Цифровая образовательная среда была организована так, чтобы бакалавры имели возможность постоянно взаимодействовать с работодателями. В связи с этим, было важно обновить цифровые средства, которые постоянно меняются. Для организации обучения мы создали подборку современных технических средств, программного обеспечения, которое предложили закупить бизнес-ангелам (меценатам, готовым поддерживать талантливых студентов) для формирования у будущих менеджеров готовности к деловой коммуникации. К примеру, меценаты закупили программу «Eazy Project» для изучения процесса управления проектом, в которой предусмотрено множество функций (в том числе осуществление коммуникации между участниками проекта). Современные технические средства, в частности конференц-камеры «Logitech», позволили организовать высокое качество проведения конференций и деловых совещаний. Преимущество таких камер заключалось в том, что они совместимы практически со всеми приложениями для видеоконференций.

В рамках индивидуальной работы со студентами были использованы технические средства нового поколения. Так, «Google Glass» представляло возможность осуществления таких функций, как дополненная реальность, мобильная связь, а также интернет и видеодневник. С помощью данного средства студенты наблюдали за деловой коммуникацией между людьми в естественных условиях. Устройство для виртуальной реальности «Hololens» от производителя «Microsoft» позволило через виртуальные очки видеть несколько профессиональных действий, которые нужно совершить менеджеру на работе при помощи особого голографического экрана. Поскольку такие технологии недоступны для каждого обучающегося, дополнительно понадобилось больше времени для ознакомления с их работой.

Для правильного понимания организации деловой коммуникации в цифровой образовательной среде с имеющимся оборудованием мы выделили важные цифровые следы обучающихся. Была организована взаимосвязь

студентов с будущими работодателями посредством открытия доступа к образовательному порталу, где сформировано электронное портфолио бакалавров.

Электронное портфолио, исходя из требований ФГОС ВО, является необходимым средством оценивания достижений обучающихся вуза. В СурГПУ портфолио включает в себя грамоты и дипломы, сборники научных работ, в которых представлены публикации студентов, доклады на научных конференциях, а также отзывы руководителей практики, которые дают объективную оценку профессиональным качествам будущих менеджеров, в том числе уровню их готовности к деловой коммуникации.

Особый интерес работодателей вызвал электронный рейтинг каждого студента, который позволил оценить уровень сформированности компетенций выпускников и на этапе итоговой аттестации продвинутым студентам сделать предложение о трудоустройстве. Кроме того, созданная инфографика «Карта достижений и выступлений студентов СурГПУ на научных мероприятиях, конкурсах» была успешно использована в период дня открытых дверей для позиционирования достижений будущих менеджеров.

Особый интерес бакалавров в ходе экспериментальной работы вызвало применение нейротехнологий в цифровой образовательной среде. На примере профайлинга студенты познакомились с ними для оценки личных качеств кандидатов при организации собеседования на определенные должности в рамках практики на предприятиях города Сургут. Профайлинг позволил оценить и прогнозировать коммуникативное поведение человека на основе анализа информативных частных признаков, характеристик внешности, невербального и вербального поведения. В частности, студенты изучали автоматизацию профайлинга на предприятии банковского сектора с использованием «СерчИнформ ProfileCenter». Следует отметить, что данная инновационная программа в 2020 году победила в номинации «Лидеры инноваций» для оценки кадровых рисков в городе Москва.

Затем работодатели вышли с предложением для студентов разработать

проект по внедрению чат-бота для организации деловой коммуникации с сотрудниками и клиентами по определенным вопросам. В рамках учебной практики они завершили проекты, пополнив свое портфолио новыми достижениями в области ведения деловых переговоров, совещаний, конференций и др.

Чат-бот, который был создан для общения с персоналом предприятия, был нужен и студентам для уточнения информации по кадровым вопросам. Чат-бот для общения с клиентами был призван отвечать на десять вопросов по ассортименту представляемого товара, а также по вопросам, связанным с его приобретением. По мнению работодателей, реализация данных проектов эффективно повлияла на готовность будущих менеджеров к деловой коммуникации.

Кроме того, для организации деловой коммуникации с будущими клиентами и партнерами студенты активно использовали современные социальные сети. Бакалавры на практике учились правильно вести деловую переписку в социальных сетях и мессенджерах предприятий, осваивая основы SMM-менеджмента, изучили аккаунты будущих сотрудников. В конференц-зале с применением мультимедийных средств бакалавры освоили аккаунты предприятий, создавали анимацию в различных программах (например, «Stop Motion Studio»), с использованием различных сайтов (например, https://www.canva.com/ru_ru/sozdat/animatsiya/) для привлечения партнеров и клиентов. Далее была организована деловая коммуникация в формате онлайн через социальные сети. Работа с аккаунтами социальных сетей была постоянной, что обеспечило системную работу при изучении особенностей деловой коммуникации.

Работа на образовательном портале университета, организованном на платформе «Moodle», была важна для работы каждого преподавателя, поскольку они имели возможность контролировать свойства своей дисциплины, используя такие форматы, как SCORM-формат, формат на основе топиков и др. Система дистанционного обучения Moodle предлагала для

преподавателей и студентов широкий набор интерактивных элементов (форумы, тесты, глоссарии, ресурсы, чаты), информацию по успеваемости каждого студента.

Данная система была интегрирована с почтовыми системами, в результате чего информация от преподавателя к слушателям и наоборот могла передаваться по электронной почте. Дистанционные курсы могли быть запакованы в один ZIP-пакет с использованием функции Backup. Элементы данных курсов могли быть импортированы из других курсов.

Взаимодействие пользователей было организовано через чат; блог; форум, что было удобно при решении электронных кейсов; полиолог по решению кейсов был организован в большей степени через чат пользователей. В результате такой работы студенты выдели следующие преимущества курса: наличие интерактивных заданий; анимированные примеры решения задач; возможность нелинейной работы с материалом, обеспеченного гиперссылками. Кроме того, бакалавры отметили индивидуальную возможность во временном промежутке выполнять задания, получение определенного набора материалов, подобранных к каждому заданию.

Второе педагогическое условие – включение студентов в традиционные и дистанционные формы контактов с реальными и потенциальными партнерами для формирования у них устойчивой мотивации к деловой коммуникации – преимущественно было реализовано на *втором этапе* педагогической технологии (*мотивационном*).

При этом использовались следующие средства: учебники и учебно-методические пособия (в том числе в электронном формате), аудиовизуальные средства (учебные видеофильмы, кинофрагменты, электронные презентации и др.), мультимедийные средства (компьютер, интерактивная доска, мультимедийный проектор, электронные обучающие программы, тренажеры и др.). Ведущими методами формирования у студентов ценностного отношения к деловой коммуникации стали игровое проектирование, дискуссия, метод ситуационно-ролевых игр и др.

В процессе аудиторной работы были организованы проблемные лекции, учебные конференции, семинары, практические работы, коллоквиумы, а также учебные и производственные практики студентов по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности. Внеаудиторная работа включала публичные лекции и профессиональные беседы с работодателями по проблемам делового общения («Влияние автоматизации бизнеса на эффективность деловых коммуникаций», «Искусство публичного выступления» и др.), вебинары, интенсив-тренинги, мастер-классы.

Вышеперечисленные формы работы были реализованы как в традиционном, так и дистанционном режиме. Например, проблемные лекции можно было посетить в вузе очно, принять в них активное участие или подключиться к ним по видео-конференц-связи. При этом методические материалы разрабатывались для очной и дистанционной работы на образовательном портале университета. Формат практики обновлялся, поскольку она проводилась на разных предприятиях. Руководители от вуза посещали базы практики очно, а по ее окончании имели возможность подключиться к итоговой конференции дистанционно, тем самым не теряя связь с работодателями. Некоторые предприятия являются постоянными партнерами вуза в организации производственной практики. Студенты при этом стараются перед будущими работодателями зарекомендовать себя как грамотного специалиста, что создает положительную мотивацию к деловой коммуникации, в частности, установлению и поддержанию контактов с реальными и потенциальными деловыми партнерами. Лучшие доклады бакалавров были опубликованы в периодических изданиях, что также повышало заинтересованность студентов и работодателей в результатах совместной работы: для работодателей – это дополнительная реклама, а для студентов – возможность расширить свое портфолио.

Следует отметить, что студентам был предоставлен постоянный и систематический доступ к знаниям о профессии менеджера. Специалист стремится подготовиться в психологическом плане к тому, что ему предстоит

делать, поэтому необходимо обеспечить будущих менеджеров актуальной информацией о проблемах и перспективах развития системы менеджмента. Для этого было инициировано создание электронного журнала «Моя профессия». Первый выпуск был подготовлен с помощью выпускников факультета, а уже со второго выпуска студенты были разделены на подгруппы, каждая из которых должна была представить свой материал в журнал. Работа постепенно актуализировалась, и уже к четвертому курсу объем материала увеличился почти в пять раз. Необходимо отметить появление таких рубрик, как «Мой вопрос к профессионалам», «Достижения выпускников», «А знаете ли Вы?», «Я предлагаю ...», которые неизменно вызывали интерес у всех студентов. Материалы журнала часто обсуждались на практических занятиях.

Студенты изучали требования самой профессии, предъявляемые к будущему менеджеру. В современных условиях эти требования довольно динамичны и изменяются под влиянием перемен в экономических, производственных и общественных отношениях. Мы стремились актуализировать данный факт в плане ориентации студентов, нацеливая их на процессы собственного профессионального становления, развития профессиональной мобильности. Для этого студенты ежегодно участвовали в опросах, выявляющих мнение работодателей о том, какой должен быть идеальный менеджер.

Такие опросы осуществлялись с помощью сети Интернет. Полученные данные систематизировались, обрабатывались, осуществлялось сравнение полученных данных, как между респондентами, так и в динамике их изменений по годам опроса. Все это способствовало лучшему пониманию студентами стоящих перед ними задач будущей профессиональной деятельности.

Представим выборку мероприятий данного этапа, которые, по мнению самих студентов, оказались самими значимыми для формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации. Прежде всего, это профессиональные беседы с работодателями, которые были организованы в период опытно-экспериментальной деятельности. Большой интерес вызвала

проблемная лекция руководителя ПАО «Сбербанк» на тему «Личная, командная эффективность и эмоциональный интеллект в управлении». На примере реальных ситуаций лектор продемонстрировал, насколько важно менеджеру создать команду коллег-единомышленников и организовывать внутри данной команды эффективную деловую коммуникацию. Были приведены конкретные примеры коммуникативного поведения при проведении деловой беседы, совещания, переговоров, делового телефонного разговора.

Так, представитель Сбербанка представил опыт удачных переговоров о сотрудничестве с Microsoft (о предоставлении кредитной организацией более 80 облачных услуг). Лектор рассказал, как проходил процесс организации и проведения переговоров с представителями компании, раскрыл особенности коммуникативного поведения руководителей в ходе проведения таких переговоров, которые в последующем помогли клиентам Сбербанка в развитии малого и среднего бизнеса. Кроме того, представитель Сбербанка раскрыл информацию о том, как определить мошенника по телефонному разговору, как в процессе разговора не попасть под их влияние, какие коммуникативные тактики при этом следует использовать. С согласия работодателей была разобрана аудиозапись диалога конкретного пользователя продукции Сбербанка с мошенником.

На данном этапе педагогической технологии студенты приняли участие в вебинарах по различной тематике («Компетенции будущего: что нужно знать, чтобы построить успешную карьеру HRD?» «Ораторское искусство менеджера», «Кризис в сфере HR. Как оставаться востребованным в текущих реалиях?», «Мотивация в условиях неопределенности», «Кризис пройдет, а отношения останутся: построение эффективной команды в новых реалиях», «Коммуникация в организации»). К примеру, на вебинаре «Ораторское искусство менеджера», проведенного профессиональным бизнес-тренером совместно с педагогом по дисциплине «Русский язык и культура речи», студенты научились выделять цель деловой коммуникации специалиста по управлению персоналом с различными деловыми партнерами, осуществлять

поиск этих партнеров и вести переговоры с ними в цифровой среде. К примеру, бакалавры изучили алгоритм поиска информации и ведение коммуникации с инвесторами. Один из успешных студенческих проектов «Бизнес Платформа»: «Международный сайт по поиску и подбору инвестиций» был размещен на сайте, занимающимся краудфайтингом. От практикующего специалиста бакалавры получили полезные советы, как начинающему руководителю организовать эффективную деловую коммуникацию с подчиненными, раскрыв следующие этапы взаимодействия: четкие инструкции, вопросы, похвала, решения с пояснениями, обратная связь.

Особый интерес вызвал мастер-класс «Этика деловых отношений» в рамках дисциплины «Введение в профессию». Студенты обращались к мировой практике решения этических проблем в деловой коммуникации специалиста по управлению персоналом. При этом, стояла конкретная задача – обучить будущих менеджеров алгоритму принятия решения в проблемных ситуациях. Бакалавры, используя мультимедийные средства, посмотрели отрывки из кинофильмов, в которых принимались управленческие решения; исследовали, как действовали менеджеры, что говорили и к какому результату это привело.

После обсуждения сложных ситуаций в области менеджмента участники эксперимента приняли участие в интенсив-тренинге «Автоматизация и сверх-эффективность», организованным спикером Фонда поддержки предпринимательства Югры. Современные информационные технологии позволили повысить информативную составляющую профессиональной деятельности специалиста по управлению персоналом в деловой коммуникации. Спикер рассказал участникам эксперимента, для чего необходимы бизнесу IP-телефония и формы захвата на сайте, как создать и внедрить чат-боты, для чего созданы UTM-метки, пиксели, как настроить эффективную деловую коммуникацию в социальных сетях и др.

Кроме того, участникам интенсив-тренинга дали возможность познакомиться на практике с пользой некоторых технических средств в ходе деловой коммуникации внутри групп. Так, студенты изучили программу

«Zoom» для организации совещаний и переговоров в дистанционном формате. Будущие менеджеры работали с различными чат-ботами на своих телефонах: познакомились с чат-ботом «Виртуальный HR», который выполняет функцию помощника HR, отвечающего на типовые вопросы. Кроме того, чат-бот может помочь при проведении мини-челленджей, конкурсов, заказов билетов, такси, гостиниц, для отправки отчетности, информирования сотрудников, напоминания о мероприятиях, экстренных оповещений. Таким образом, представленные формы работы помогли решить задачу определения студентами цели и места деловой коммуникации с различными партнерами в профессиональной деятельности специалиста по управлению персоналом.

Кроме того, студенты приняли участие в интенсив-тренинге специалиста по развитию, тренера, модератора, автора и соорганизатора образовательного проекта «Искусство публичного выступления», проведенного совместно с педагогом учебной дисциплины «Основы коммуникации». В программу интенсив-тренинга были включены следующие составляющие:

- 1) мотивация выступающего;
- 2) определение цели выступления;
- 3) структура выступления;
- 4) работа с вопросами: виды вопросов, возможные варианты ответов на них;
- 5) визуальная поддержка делового разговора;
- 6) язык тела и использование голоса.

После окончания интенсив-тренинга бакалавры имели возможность задать спикеру вопросы по различным проблемам деловой коммуникации. Были закреплены знания о видах вопросов в деловой коммуникации, а также специфике возможных ответов на уточняющие и риторические вопросы. Внимание студентов на данные моменты коммуникации было обращено из-за допущенных ими ошибок на констатирующем этапе исследования.

В данном интенсив-тренинге были активно использованы электронные ресурсы, которые были загружены в облачный сервис, что позволяло разным

участникам пользоваться материалом, предложенным для выполнения определенных заданий. Для работы был выбран сервис «Google Диск», который оснащен искусственным интеллектом. При использовании «Google Docs» студенты имели возможность совместно редактировать необходимые документы в ходе решения ситуаций из области менеджмента.

В период практики будущим менеджерам были выданы индивидуальные задания с учетом их интересов. К выбору и выполнению задания студенты подходили творчески, так как уже имели основательную теоретическую подготовку в области эффективной деловой коммуникации. Выбор темы осуществлялся, исходя из необходимости освоения студентами различных форм и методов организации общения с деловыми партнерами в организациях. Примером индивидуальных заданий для студентов в ходе практики может стать изучение информационно-коммуникационной системы, обеспечивающей деятельность службы управления персоналом в организации, использование ее для достижения целей деловой коммуникации с коллегами; участие в совещании, проводимом на предприятии. К примеру, одним из индивидуальных заданий было участие в совещании по проблемам обучения сотрудников, проводимом на предприятии. Студентом-практикантом был подготовлен доклад на тему «Применение дистанционного обучения для развития персонала», в котором прозвучали актуальные аспекты использования welcome-тренингов, семинаров, курсов, тестов, а также применение умных устройств для целей организации комфортного обучения и работы.

Преимуществами дистанционной работы стали достаточная быстрая адаптация новичков, повышение квалификации и обучение вне зависимости от места нахождения, используя современные гаджеты; возможность в любой момент проверить уровень квалификации персонала. Приведем пример сотрудничества с банком «Точка» в г. Сургуте, который организовал дистанционное обучение для мам, находящихся в отпуске по уходу за ребенком, что позволило зарабатывать им деньги, не выходя из дома. По результатам прохождения такой школы Банк предлагал удаленное

трудоустройство, а проект «Мама Работает» предоставлял возможность работать в Коворкинге четыре часа в день, который оснащен умными устройствами для комфортной работы (проектор, камера, компьютер, климатическая техника). Ребенок в это время мог находиться в детской комнате под присмотром воспитателя. Банк готовил к выходу из декрета на тренингах по тайм-менеджменту, управлению конфликтами, постановке целей и стресс-менеджменту.

Учебная и производственная практики позволили будущим менеджерам апробировать приобретенные умения в области деловой коммуникации в профессиональной деятельности. Погружение в коммуникативные ситуации при управлении персоналом, достижение успеха в решении сложных коммуникативных задач укрепили мотивацию и ценностное отношение будущих менеджеров к выбранной профессии.

Несмотря на то, что вуз выбрал платформу «Moodle», студенты и преподаватели познакомились с опытом Уральского Федерального Университета и выделили преимущества работы на платформе «Гиперметод»: это простота использования, множество различных функций, в том числе внедрение геймификации в процесс обучения, в результате обучения можно увидеть рейтинг и поучаствовать в соревновании между обучающимися [292]. Отметим, что геймификация является одним из трендов в сфере управления персоналом, поэтому такая возможность дает множество положительных результатов для будущих менеджеров, что, на наш взгляд, может положительно отразиться на их мотивации к деловой коммуникации в профессиональной сфере.

На *коммуникативно-деятельностном этапе* технологии было реализовано третье педагогическое условие – овладение будущими менеджерами разнообразными стратегиями и тактиками делового общения, рефлексией оценки его результата посредством решения традиционных и электронных кейсов.

Важным на данном этапе было изучение студентами практико-

ориентированного элективного онлайн-курса «Деловая коммуникация в профессиональной деятельности менеджера», который проводился на образовательном портале СурГПУ. В ходе решения авторских кейсов по материалам элективного курса, студенты работали над ошибками, совершенными в ходе констатирующего эксперимента. Перед бакалаврами стояли задачи по определению цели деловой коммуникации на предприятии, вида деловой беседы, набора правил и норм при взаимодействии с деловым партнером по телефону, требований к подготовке к телефонному разговору, этапов подготовки к переговорам, национальных различий в переговорном процессе, причин проведения совещания, особенностей подготовки к проведению планового совещания с большим числом участников.

После окончания данного курса мы приняли решение познакомиться с новой платформой для онлайн-курса (<https://start.insyncnow.com>), которая имела ряд преимуществ: безопасность и защита интеллектуальной собственности, автовыдача курсов сразу после покупки и без дополнительных регистраций, обратная связь в сквозном чате вебинара и внутри занятий, работа с прикрепленными файлами, быстрая загрузка видео и страницы вебинара/курса за пять минут, моментальное сохранение вебинара в записи, быстрое создание и проверка домашних заданий. Данная платформа развивалась и подходила для разработанного нами курса в цифровой образовательной среде; доступ к ней имели не только студенты, но и работодатели, участвующие в эксперименте (они также использовали курс для обучения своих сотрудников).

Проведенные занятия имели проблемный диалоговый характер, зачастую включали решение традиционных и электронных кейсов с целью формирования умений использовать разные стратегии деловой коммуникации при решении задач в области управления персоналом. Вебинары, мастер-классы, интенсив-тренинги, проводимые ведущими специалистами и работодателями, закрепили данные коммуникативные умения у бакалавров.

Среди многообразия кейсов были выбраны иллюстративные кейсы и учебные ситуации с формированием и без формирования проблемы (проблему

должны были установить студенты самостоятельно). Широко использовались мультимедийные средства и электронные образовательные ресурсы, включенные в цифровую образовательную среду вуза на первом этапе разработанной нами технологии.

Иллюстративные кейсы включали описание конкретных ситуаций из области менеджмента. Студенты, анализируя данные ситуации, должны были выработать алгоритм их решения. Приведем примеры использования таких иллюстративных кейсов на одном из мастер-классов.

Кейс 1.

Информационная часть кейса:

Организация занимается продажей торгового оборудования на рынке в РФ, финансовое состояние организации можно характеризовать как стабильное. Руководителем организации является – Петров Иван Васильевич, стиль управления – авторитарный, его трудно переубедить, он не слушает мнения окружающих.

Сотрудник организации (Роминов Николай Владимирович) знает, что у руководителя организации ошибки в годовом отчете, а сегодня он выступает перед Советом Директоров.

Вопросы и задания к кейсу:

1. Создайте алгоритм действий для сотрудника в данной ситуации.
2. Какие советы можно дать сотрудникам по извещению руководителей об ошибке?

После решения данного кейса между студентами была произведена дискуссионная беседа, в рамках которой они выбрали единый алгоритм действий для сотрудника в проблемной ситуации, которая была описана в кейсе.

Кроме того, на данном мастер-классе студенты решили еще один кейс по проблемам этики делового общения, связанных с развитием информационного пространства.

Кейс 2.

Информационная часть кейса:

Предприятие «Н» занимается развитием рекламы и продвижением брендов в сети Интернет, предприятие «Бетта» занимается перепродажей различных брендов женской одежды через интернет-магазин.

Руководитель предприятия «Бетта» договорился о встрече с руководителем предприятия «Н» по телефону, при этом они обменялись контактными данными: электронной почтой и сотовым номером телефона. Но, не дождавшись встречи, руководитель предприятия «Бетта» добавил к руководителю предприятия «Н» в социальные сети и начал комментировать фото на его страничке.

Вопросы и задания к кейсу:

1. Есть ли нарушения в данном случае норм и правил этики делового общения?
2. В каком случае нужно пользоваться социальными сетями в организации делового общения? Создайте алгоритм действий в данной ситуации для специалиста по управлению персоналом.

Особый интерес студентов вызвал тренинг «Подготовка к переговорам» от бизнес-тренера Фонда поддержки предпринимательства Югры, директора и тренера по ораторскому мастерству творческой студии «Пространство», в ходе проведения которого бакалавры более глубоко изучили специфику подготовки к переговорам. Познакомились с онлайн-школой эксперта, в которой многие студенты прошли обучение.

В беседе с профессионалом в области управления персоналом будущие менеджеры осуществили попытку разработать план подготовки к переговорам, затем решали кейсы, в которых предлагалось принять управленческое решение в переговорном процессе и аргументировать свою позицию. Приведем пример такого кейса.

Кейс 3.

Информационная часть кейса:

Предприятие «А» примерно год вело переговоры с предприятием «Б» о

сотрудничестве на рынке туристско-рекреационных услуг.

Предприятие «А» имеет в собственности землю и жилые помещения для отдыха и пребывания отдыхающих, нуждается в помощи при оказании санаторно-курортного лечения отдыхающих для увеличения потока туристов, на территории предприятия «Б» созданы все условия для санаторно-курортного лечения. Расстояние между комплексами 1 км, поэтому сотрудничество имеет стратегическое значение. Предприятие «Б» может увеличить количество платных услуг для лечебного корпуса на 30 %, а предприятие «А» планирует увеличить в отеле количество занятых номеров в летний период на 50 %.

Руководитель предприятия «А» придерживался демократического стиля управления. Руководитель предприятия «Б» придерживался авторитарного стиля управления.

Руководитель предприятия «А» Гаврилов Иван Соломонович договорился о переговорах с руководителем предприятия «Б» Носовым Николаем Степановичем о переговорах для дальнейшего сотрудничества. В самих переговорах участвовали руководители предприятия «А» и «Б», а также старший менеджер предприятия «Б», но в ходе переговоров не подписали договор о сотрудничестве, оговорив лишь период возможного сотрудничества, возможность нахождения отдыхающим предприятия «А» на территории предприятия «Б» после лечения. Руководитель «Б» извинился, собрался и ушел, не закончив обсуждение, сославшись на экстренные обстоятельства. Старший менеджер вскоре тоже удалился с переговоров, так как самостоятельно никаких решений он не принимал.

Вопросы и задания к кейсу:

1. Как предприятию «А» возобновить переговоры с предприятием «Б»?
2. Как подготовиться к переговорам правильно. Предложите различные алгоритмы подготовки к переговорам в данной ситуации.

После решения кейса организатор тренинга провел аналитическую беседу, в ходе которой было организовано обсуждение и подробный анализ ответов студентов при решении кейса. Студентам были заданы вопросы «Какой

алгоритм подготовки к переговорам Вы считаете самым лучшим и почему?», «Считаете ли Вы, что при подготовке к переговорам нужно обучить менеджеров этике деловых отношений. Если да, то почему?» и др. Бакалавры активно включились в диалог и озвучивали разные точки зрения. К примеру, один из студентов предложил следующий алгоритм подготовки к переговорам:

1. Выбрать и обговорить с партнерами время, место и продолжительность переговоров.
2. Определить численность делегации.
3. Одеться по дресс-коду.
4. Выбрать и обговорить место проведения переговоров.

Организатором беседы было предложено дополнить данный алгоритм, в результате чего были установлены следующие действия: «выбрать цель и задачи переговоров; провести сбор данных о деловом партнере, в том числе и о личных интересах, хобби; определить выгоду для партнера и для Вас».

Данное обсуждение продолжалось до тех пор, пока студенты не сформулировали полный алгоритм подготовки к переговорам:

1. Выбрать цель переговоров и задачи, стоящие перед Вами.
2. Провести сбор данных о деловом партнере, в том числе и о личных интересах, хобби, состояние компании на рынке, сильных и слабых сторонах, угрозах и возможностях.
3. Определить выгоду для партнера и для Вас.
4. Выбрать и обговорить с партнерами время, место и продолжительность переговоров.
5. Определить численность делегации.
6. Одеться по дресс-коду.
7. Выбрать и обговорить место проведения переговоров.
8. Обучить делегацию основам этики деловой коммуникации.
9. Проработать коммуникационные тактики, которые можно использовать в ходе переговоров.

Кроме того, студенты в устных беседах по результатам констатирующего

эксперимента не раз указывали на необходимость совершенствования знаний в области деловой коммуникации по телефону, поэтому мы подобрали ряд кейсов (учебных ситуаций) по данному виду деловой коммуникации, используя научную литературу по управлению персоналом.

Не менее интересно был проведен вебинар «Нетворкинг на бизнес-мероприятиях. Как знакомиться с нужными людьми на форумах, конференциях и тренингах», который был проведен совместно с бизнес-тренером Фонда поддержки предпринимательства Югры, консультантом, экспертом в области копирайтинга, нетворкинга, самоорганизации и тайм-менеджмента. В программу вебинара были включены удобные и эффективные способы знакомства и общения на бизнес-мероприятиях; выходы на новое окружение и новых клиентов, партнёров; начало разговора, деловая беседа, самопрезентация в разных ситуациях; использование коммуникативных техник в деловой коммуникации. В ходе вебинара студенты разобрали кейс по заявленной проблематике.

Кейс 4.

Информационная часть кейса:

Представители двух крупных организаций (Новиков Н.Н. и Романов В.А.) приехали на научно-практическую конференцию по охране труда, их выступления заинтересовали всю аудиторию. После выступлений пришло время перерыва и все участникам предложили пообщаться в непринужденной обстановке за чашкой кофе. К ним начала выстраиваться очередь из желающих пообщаться, позже людей становилось все больше, докладчики просто устали от этой ситуации, тем более долгожданного перерыва и отдыха у них не получилось.

Вопросы и задания к кейсу:

1. Как надо было бы по правилам этикета поступить участникам кейса?
2. Составьте алгоритм действий при знакомстве на научно-практической конференции.

Как уже было отмечено, в ходе эксперимента были использованы

электронные кейсы, включающие описание проблемной ситуации с реальными фактами в области менеджмента, информационные ресурсы и методические рекомендации по организации поиска путей решения выявленных проблем в информационно-образовательном пространстве. Решение электронного кейса было представлено в диалоговом режиме, порой с дискуссией по поводу решаемой проблемы в цифровой образовательной среде.

Студенты понимали, что электронный кейс – это не просто задание для студентов, которое было прикреплено на портале. Также, как и традиционный, данный кейс должен иметь все необходимые составляющие в своей структуре, подкрепленные пакетом информационных ресурсов и методическими рекомендациями по организации поиска путей решения выявленных проблем. Приведем пример оболочки для загрузки электронного кейса на образовательном портале Сургутского государственного педагогического университета.

В режиме редактирования необходимо было выбирать загрузку задания (рис.11)

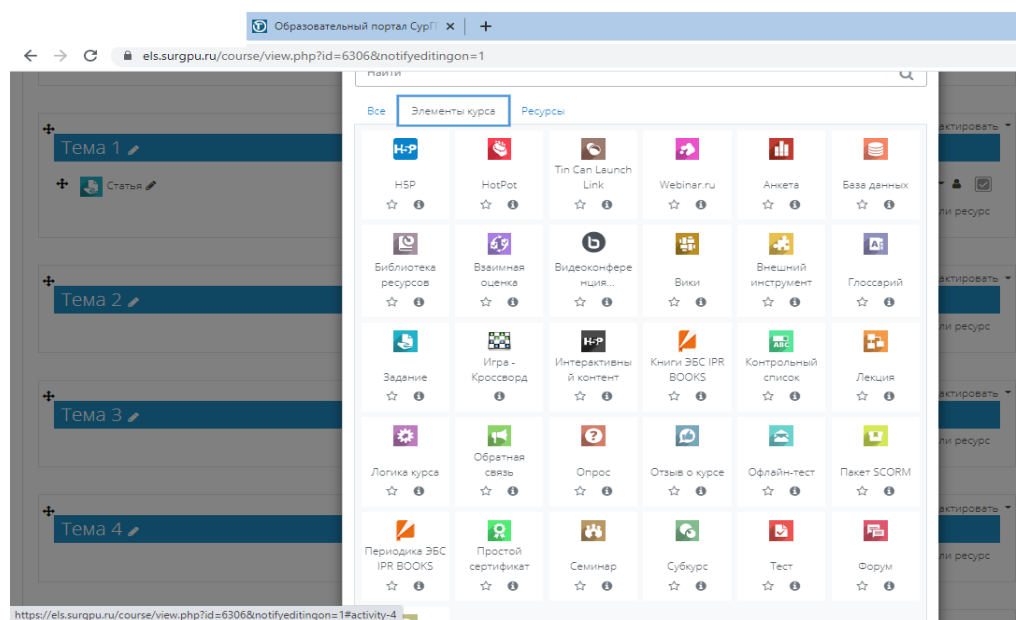


Рисунок 11 – Загрузка части курса на образовательном портале

Затем в режиме «Задание» появлялось окно, в котором можно дополнить все составляющие электронного кейса, что являлось простым и удобным способом загрузки для педагога (рис.12).

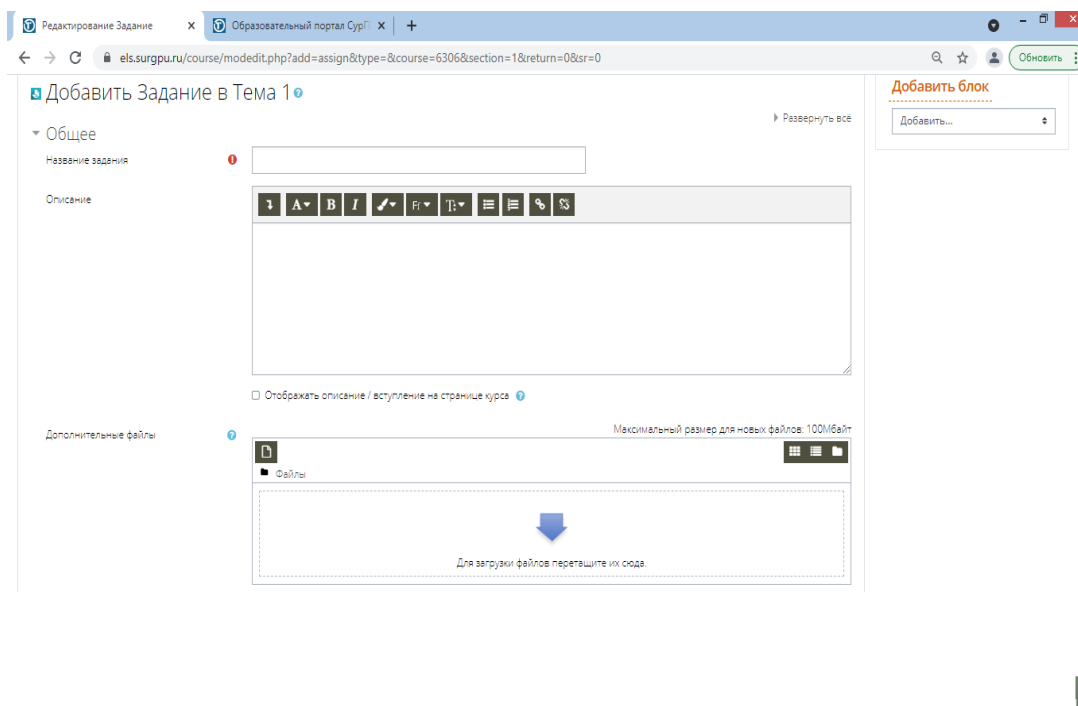


Рисунок 12 – Добавление задания в тему курса

Далее было необходимо внести дополнительные параметры для сохранения задания в виде «электронного кейса».

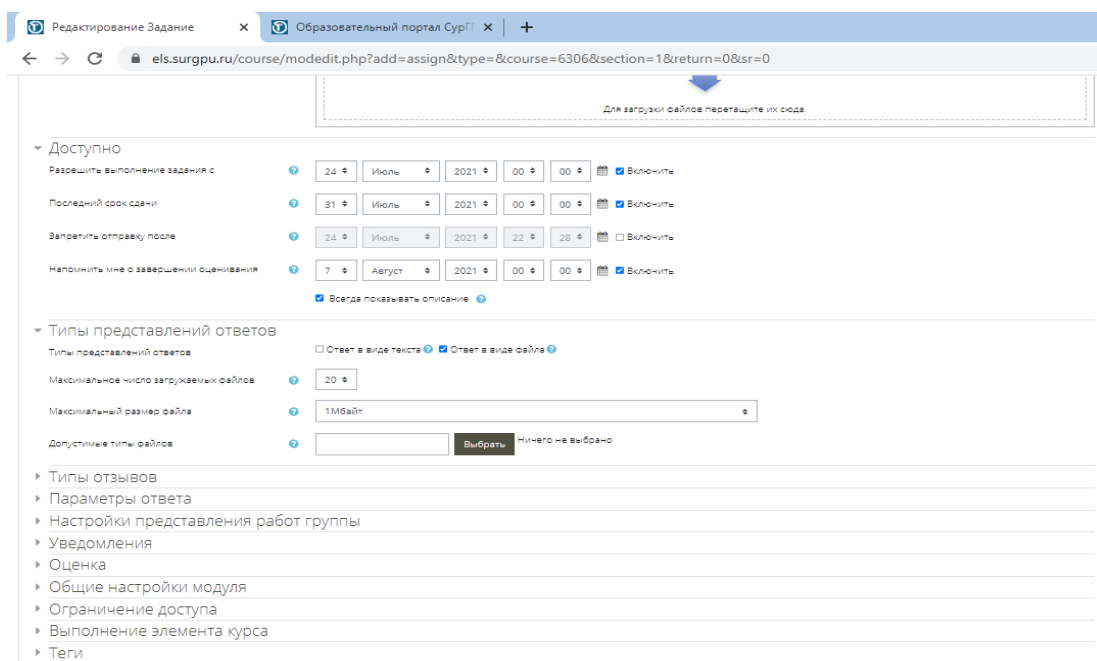


Рисунок 13 – Добавление дополнительных параметров задания на образовательном портале

Необходимо отметить, что педагоги имели возможность добавления ресурсов (гиперссылка, книга, пакет IMS содержимого, папка, пояснение,

страница, файл), которые помогали студентам решать предложенные электронные кейсы (рис.14).

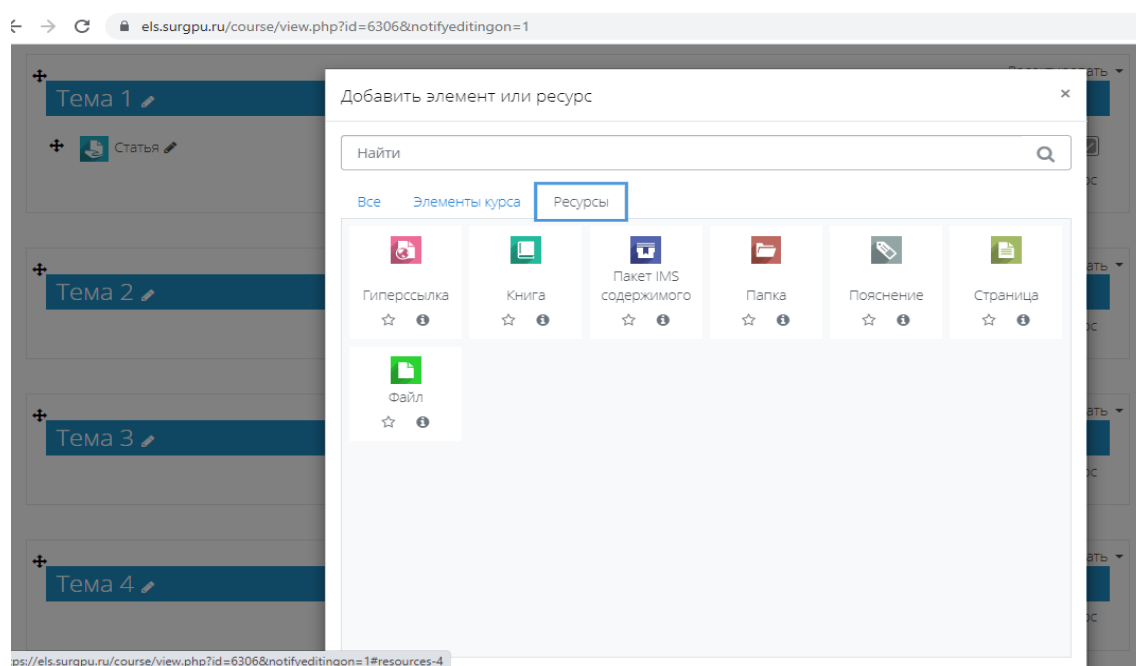


Рисунок 14 – Добавление ресурсов к электронному кейсу

В ходе практики студенты самостоятельно разбирали электронные кейсы в подгруппах на образовательном портале. Полиолог был организован с помощью создания «Форума» или «Видеоконференции» (рис.15).

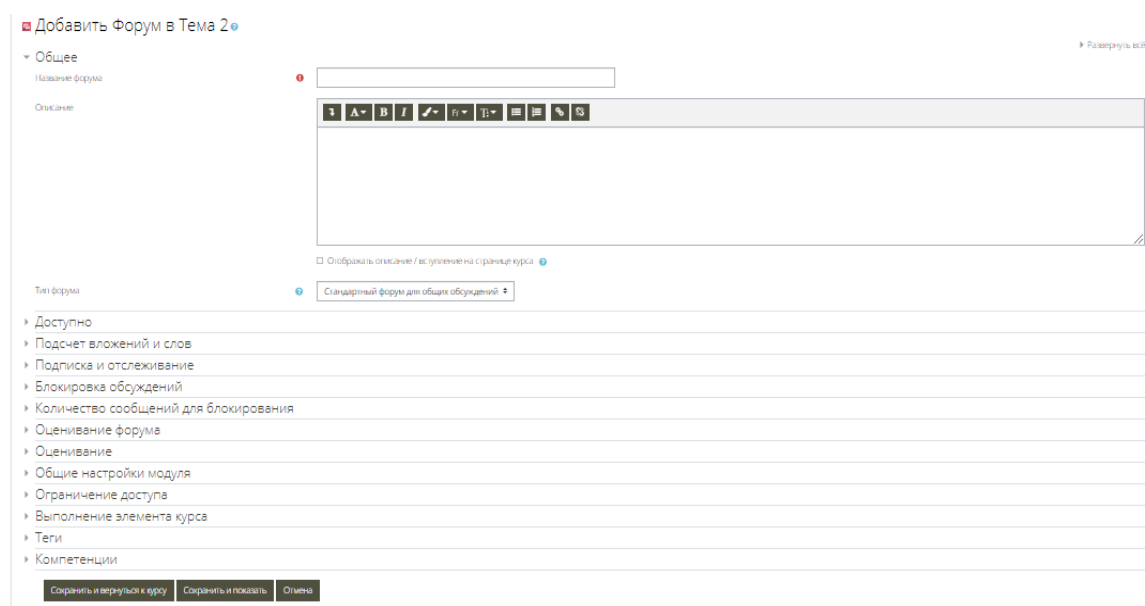


Рисунок 15 – Добавление форума для решения электронного кейса

Форум предполагал письменную коммуникацию между участниками, а видеоконференция – устную коммуникацию. Создание видеоконференции

через сервер «BigBlueButton» подходило для проверки владения стратегиями и тактиками, используемыми участниками деловой коммуникациями.

Процесс такой коммуникациями шел достаточно успешно, студенты обсуждали, какие стратегии и тактики деловой коммуникации лучше подошли бы в решении той или иной проблемы, полиолог состоялся, были найдены оригинальные решения в ходе решения кейсов по разным видам деловой коммуникации.

С учетом внедрения вышеуказанных форм было предложено внедрить в процесс обучения элемент геймификации. Так на платформе Moodle, используя вкладку «Опыт», обучающиеся получали баллы за завершение курсов и его элементов или получали баллы, исходя из его оценок. Педагогу нужно было ввести данные («правила») для того, чтобы студенты понимали вес элементов курса для итогового результата (рис.16).

А вы знали, что с Level up! Plus учащиеся могут получать баллы за завершение курсов и их элементов, или даже получать баллы в соответствии с их оценками?
Узнайте больше здесь.

Правила событий

+ Добавить правило

+ 0 баллов опыта начислятся при:

ЛЮБОЕ из условий должно быть выполнено (хотя бы одно)

- + Событие: Книга: Модуль курса просмотрен
- + Событие: Форум: Подписка на тему создана
- + Событие: Форум: Подписка создана
- + Название события: содержит assessable_submitted
- + Название события: содержит assessable_uploaded

+ Добавить условие

+ Добавить правило

+ 45 баллов опыта начислятся при:

Тип события (создание, просмотр, обновление, удаление) совпадает с c

+ Добавить правило

+ 9 баллов опыта начислятся при:

Тип события (создание, просмотр, обновление, удаление) совпадает с r

+ Добавить правило

+ 3 баллов опыта начислятся при:

Тип события (создание, просмотр, обновление, удаление) совпадает с u

+ Добавить правило

+ 0 баллов опыта начислятся при:

Тип события (создание, просмотр, обновление, удаление) совпадает с d

Рисунок 16 – Добавление правил курса и событий

Кроме того, было проведено обучение педагогов в системе «Webinar.ru», которое позволило организовывать различные вебинары для студентов.

Отметим достоинства использования данной системы: большое количество участников (до 300 человек), модернизация комментариев, запуск видеофайлов в режиме онлайн, есть мобильное приложение, которое позволяет быстро подключиться, а также возможность сделать качественную запись вебинара. Будущие менеджеры овладели умениями работать в системе «Webinar.ru», что позволит в перспективе им успешно ею пользоваться на предприятии, так как она очень популярна среди бизнес-сообщества для организации обучения и различных видов деловой коммуникации (например, делового совещания).

Другая платформа «Microsoft Teams» была включена в учебные курсы по просьбе работодателей, которые пользуются данным продуктом для проведения видеоконференций и онлайн-совещаний[303]. Интеллектуальное расположение элементов собрания в динамическом представлении позволило оптимизировать просмотр. Когда студенты присоединялись к собранию, включали видео или брали слово, Teams автоматически корректировал интерфейс. Возможность включить «PowerPoint Live» создавало полное ощущение присутствия, помогая увлечь аудиторию, просматривать заметки, отслеживать реакцию участников и осуществлять переход между докладчиками (рис. 17).

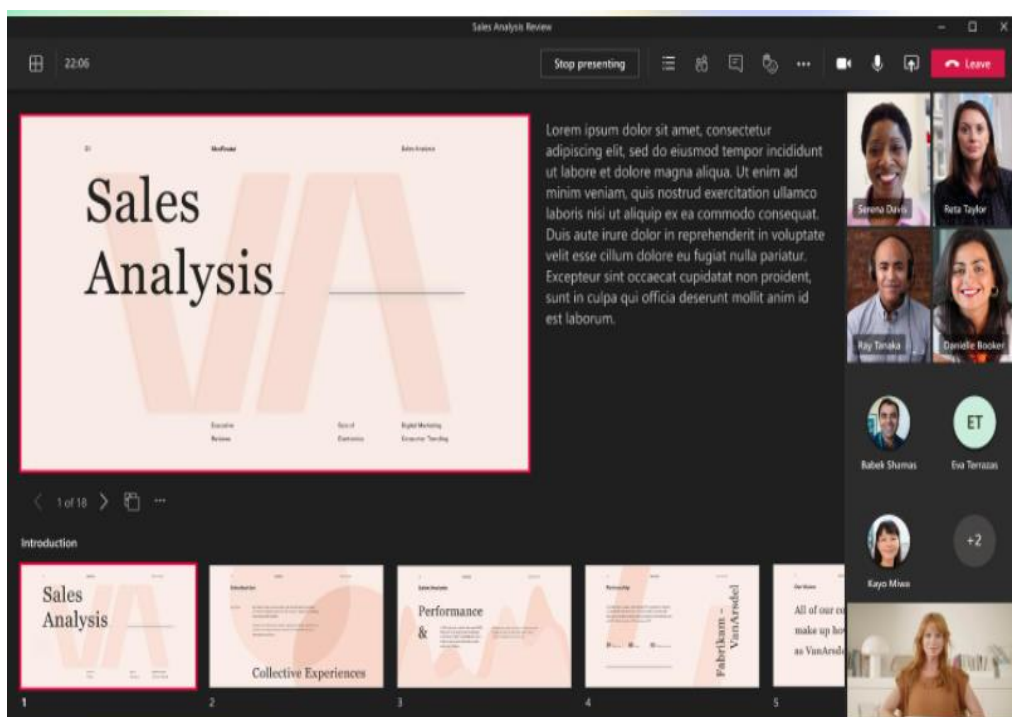


Рисунок 17 – Работа с «PowerPoint Live» в «Microsoft Teams»

Данная платформа была признана студентами одной из эффективных, поскольку оказалась доступна и имела множество функций. Будущие менеджеры предложили использовать ее при обсуждении решения электронных кейсов в режиме онлайн.

Таким образом, коммуникативно-деятельностный этап педагогической технологии преимущественно был направлен на реализацию третьего педагогического условия, разработку и использование в образовательном процессе традиционных и электронных кейсов, способствующих овладению будущими менеджерами разнообразными стратегиями и тактиками делового общения. Внеаудиторная работа включала вебинары, интенсив-тренинги, мастер-классы (например, «Телефонные переговоры», «Дисциплинарная беседа», «Деловое совещание»), чемпионат по решению кейсов в формате World Skills, олимпиаду по курсу «Деловая коммуникация». При реализации данного этапа мы задействовали экспертов из разных сфер деятельности: журналисты, специалисты по управлению персоналом, педагоги и др.

Эксперты часто подключались к мероприятиям по конференц-связи через программы «Zoom» или «Skype». Каждое мероприятие заканчивалось решением электронных кейсов. Приведем пример такого кейса, который содержал решение конфликтной ситуации в деловом общении. Выбор подобного рода кейсов был, в первую очередь, связан с выявленными на констатирующем этапе эксперимента проблемами выбора тактик предупреждения и разрешения будущими менеджерами конфликтов в деловой коммуникации.

Кейс 5.

Информационная часть кейса:

В банке Х женщина 70 лет сняла с лицевого счета все свои сбережения и закрыла вклад. Буквально через неделю она вновь возвращается в банк и заявляет, что хочет снять деньги со счета. Реплика менеджера о том, что вклад закрыт вызывает сначала удивление, а потом гнев.

– Я не забирала деньги, – заявила клиентка.

Менеджер демонстрирует чек и подпись.

– Я не приходила и подпись эта – не моя! – кричит женщина, привлекая внимание окружающих.

Задание к кейсу:

1. Проиграйте продолжение беседы между двумя участниками, используя различные тактики делового общения. Время разговора 5 минут.

2. Пропишите последовательность действий менеджера, которые позволят избежать продолжения конфликта в данной ситуации.

После продолжительной работы со студентами в течение учебного года была проведена олимпиада по дисциплине «Деловая коммуникация». На первом этапе участники олимпиады должны были представить самопрезентацию, на втором – решить кейсы, которые они разрабатывали самостоятельно и случайным образом обменивались ими для конкурентной борьбы за лидерство.

Самопрезентация включала несколько пунктов, включающих достижения, сильные и слабые качества личности студентов, их участие в олимпиадах и конкурсах, опыт работы, дополнительное образование, владение компьютером и др.

На втором этапе олимпиады было представлено более 50-ти кейсов, которые студенты самостоятельно создавали и предлагали для решения другим бакалаврам. Представим один из студенческих кейсов.

Кейс 6.

Информационная часть кейса:

Вы уже десять лет работаете в образовательной организации педагогом дополнительного образования. В последнее время чувствуете неудовлетворенность трудом и потребность карьерного роста. Освобождается должность заместителя директора по учебно-воспитательной работе, и вы предлагаете руководству свою кандидатуру.

Руководитель заявляет, что ответит позже. Через неделю он предлагает испытательный срок (два месяца). Если в этот период вы будете успешно

справляться с работой заместителя директора по учебно-воспитательной работе, то он примет положительное решение.

Задания к кейсу:

1. Оцените коммуникативные действия директора образовательной организации в предложенной ситуации.
2. Создайте примерный диалог между руководителем организации и специалистом, озвучив ваши предложения, используя различные коммуникационные тактики деловой коммуникации.

ситуациях (психотерапевтический эффект деловой игры) и т.д.

Важно отметить, что на данном этапе разработанной нами педагогической технологии студенты не только приобрели устойчивую мотивацию, но и закрепили профессиональные умения. В частности, освоили алгоритм решения кейсов, который включал изучение предложенной ситуации из области менеджмента, определение проблемы и постановку задач в области деловой коммуникации, рациональный выбор коммуникативных тактик и стратегий их решения, подбор весомых аргументов при озвучивании собственной точки зрения с опорой на нормативные документы и научные положения. Решение кейса можно было представить как индивидуально, так и в группе. Студенты выступали в разных ролях: докладчик, оппонент, слушатель и др.

Обсуждение кейса заканчивалось подведением итогов преподавателем и принятием правильного решения, том числе при дистанционном формате с применением электронного кейса (если в этом была необходимость).

Важное место в экспериментальной деятельности занимали деловые игры. Их главным назначением стала подготовка студентов к построению коммуникации в управленческой деятельности, поскольку игра отличается многоаспектностью, комплексным характером, обеспечивающим одновременное решение многих задач:

– формирует интерес и эмоционально-оценочное отношение к отдельным формам деловой коммуникации (переговоры, совещание, деловая беседа и др.);

– выявляет творческие и профессиональные способности и ценностные ориентации студентов, позволяет им осознать свои потенциальные возможности в области эффективной деловой коммуникации (диагностическая функция деловой игры);

– создает условия для эмоционально-психологической разгрузки студентов, снятия коммуникативных барьеров, овладения способами психологической защиты в трудных коммуникативных ситуациях. Построение игровых коммуникативных ситуаций в настоящем исследовании происходило таким образом, что студенты все время ощущали себя субъектами деловой коммуникации. При моделировании ситуаций было невозможно заранее разработать сценарий и четко определить содержание, однако мы продумали общие ориентиры, схему узловых моментов, очертили круг проблем, которые будут рассмотрены.

Непосредственная эмоциональная включенность в коммуникативную ситуацию, коллективизм в поиске эффективных тактик и стратегий делового взаимодействия, овладение новыми коммуникативными знаниями непосредственно в деятельности, развитие импровизационных умений быстро реагировать на изменяющиеся обстоятельства способствовали формированию у будущих менеджеров готовности к деловой коммуникации.

В конце формирующего этапа экспериментальной деятельности прошел чемпионат по решению кейсов в формате WorldSkills. Студенты решали различные кейсы по проблемным вопросам деловой коммуникации между различными деловыми партнерами. Опыт решения данных кейсов, позволил студентам выйти в финал регионального этапа крупнейшего международного чемпионата по управлению бизнесом «Global Management Challenge» – «Точка роста».

Таким образом, взаимодействие традиционных и инновационных форм и методов, последовательная реализация базовых дидактических принципов позволили провести целенаправленную работу по формированию коммуникативных знаний и умений у студентов направления подготовки

«Управление персоналом», результатом которой стал повысившийся уровень их готовности к деловой коммуникации.

2.3. Анализ и оценка результатов экспериментальной работы по формированию готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза

Для проверки эффективности разработанной и реализованной нами педагогической технологии с применением цифровой образовательной срезы мы провели контрольный этап экспериментальной работы.

Цель этапа заключалась в изучении динамики сформированности у студентов готовности к деловой коммуникации.

Контрольный этап экспериментальной работы проводился по предложенной программе констатирующего этапа исследования и включал в себя те же диагностические методы.

Проанализируем результаты контрольного этапа исследования по формированию отдельных компонентов готовности к деловой коммуникации (когнитивного, мотивационно-ценностного и коммуникативно-деятельностного).

Для начала рассмотрим динамику результатов формирующего эксперимента по отдельным критериям готовности к деловой коммуникации студентов направления подготовки «Управление персоналом».

В таблице 28 нами представлены результаты изменений по первому (когнитивному) критерию готовности студентов к деловой коммуникации по разным группам.

Сравнение данных в таблице показало, что на начало формирующего эксперимента 50 % студентов в экспериментальных группах имели по первому критерию критический уровень, 36 % – достаточный уровень, 14 % – оптимальный уровень.

Таблица 28 – Результаты изменений по когнитивному критерию готовности студентов к деловой коммуникации по разным группам

Группы	Уровни сформированности когнитивного критерия готовности студентов					
	Критический		Достаточный		Оптимальный	
	к-во	%	к-во	%	к-во	%
ЭГ (Н)	25	50,00	18	36,00	7	14,00
ЭГ (К)	10	20,00	20	40,00	20	40,00
КГ (Н)	23	46,00	19	38,00	8	16,00
КГ (К)	20	40,00	21	42,00	9	18,00

На конец эксперимента 20 % студентов в экспериментальных группах по первому критерию вышли на критический уровень, 40 % – на достаточный уровень, а на оптимальном уровне зафиксировано 40 %. Так за время формирующего этапа эксперимента количество студентов, имеющих достаточный уровень, увеличилось в экспериментальной группе на 4 %, а имеющих оптимальный уровень на 26 %. При этом происходит снижение количества студентов, имеющих критический уровень на 30 %.

Какие изменения произошли в контрольной группе? Количество студентов, достигших критического уровня по когнитивному критерию уменьшилось на 6 %, а на достаточном уровне произошло увеличение количества студентов на 4 %, также увеличилось количество студентов на оптимальном уровне на 2 %. Итак, введение технологии с применением цифровой образовательной среды в вузе, благоприятно повлияло на изменение когнитивного критерия уровня готовности студентов к деловой коммуникации, что подтверждает статический анализ данных по эксперименту.

Оценка качественного роста уровня когнитивного критерия, как и других критериев, у студентов осуществлялась с помощью непараметрического критерия «хи-квадрат» Пирсона. Выбор данного критерия объясняется тем, что этот метод оценки результатов позволяет не рассматривать анализируемое статистическое распределение как функцию и не предполагает предварительное вычисление параметров распределения. Поэтому его

применение в нашем исследовании позволяет с достаточной степенью достоверности судить о результатах экспериментальной работы.

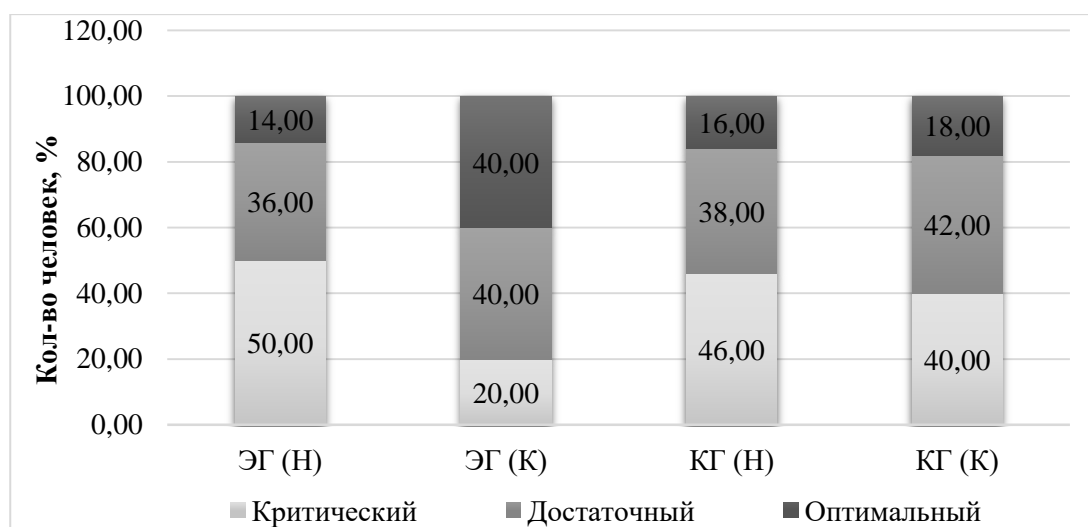


Рис. 18 - Сравнение результатов по когнитивному критерию готовности студентов к деловой коммуникации по разным группам

Таблица 29 – Результаты среднего показателя и коэффициента эффективности в группах в процессе формирующего эксперимента при оценке когнитивного критерия

Коэффициенты	Группы			
	ЭГ		КГ	
СП	1,64	2,20	1,70	1,78
G	0,56		0,08	
КЭ	0,96	1,24	-	-

Изменение среднего показателя и его прироста при определении уровня когнитивного критерия в ходе формирующего эксперимента изображено в рисунке 19.

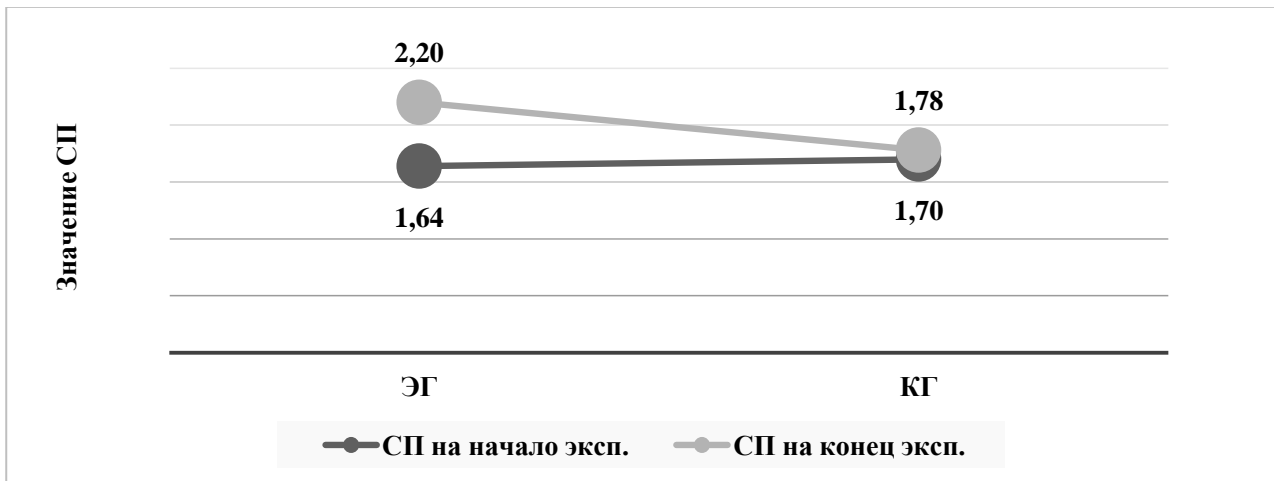


Рис. 19. - Значение СП в группах на начало и конец эксперимента при оценке когнитивного критерия

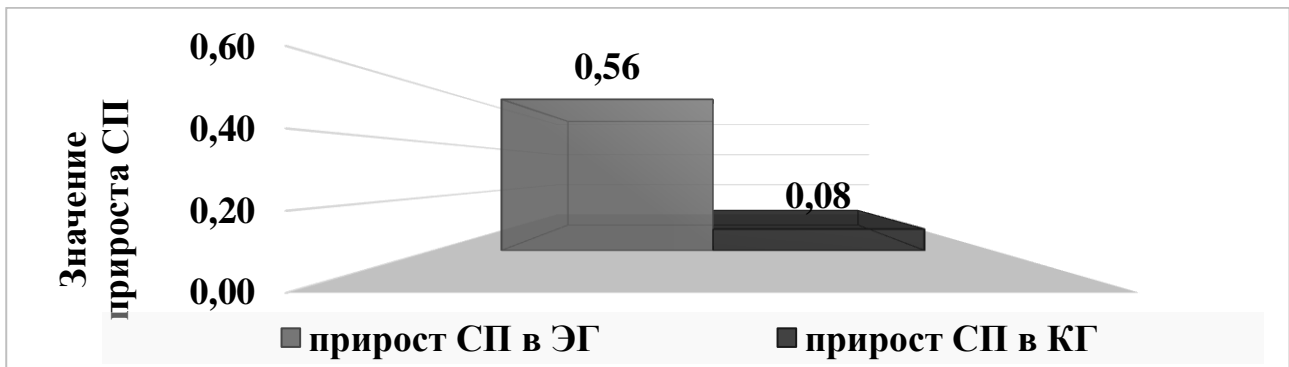


Рис. 20. - Изменение прироста по СП в группах в процессе формирующего эксперимента при оценке когнитивного критерия

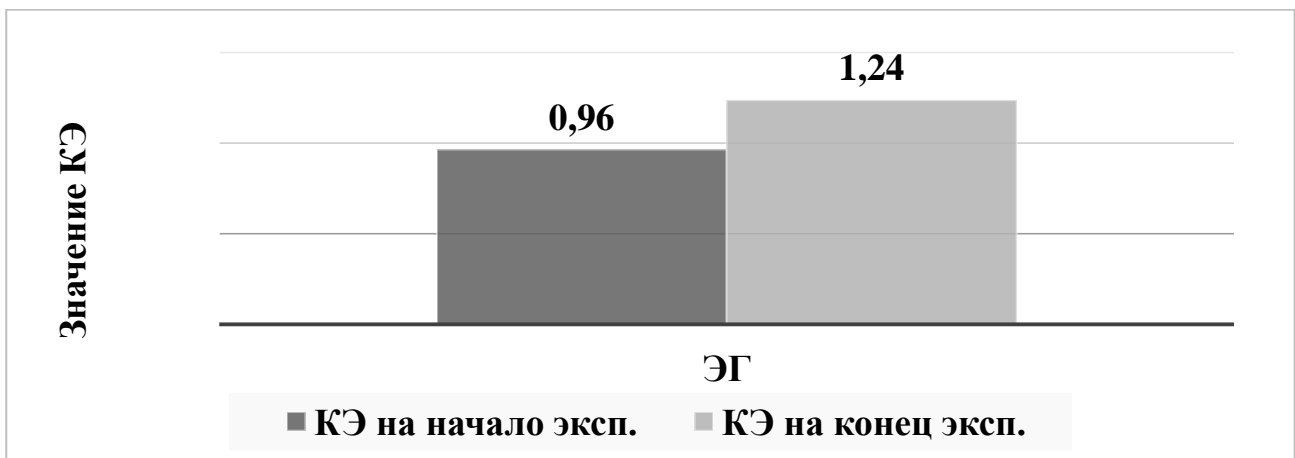


Рис. 21. - Динамика коэффициента эффективности в группах в процессе формирующего эксперимента при оценке когнитивного критерия

Нами была выдвинута нулевая гипотеза (H_0): разница по уровням когнитивного критерия в контрольных и экспериментальных группах на конец

формирующего эксперимента статистически не значима и альтернативная гипотеза (H_1): уровень развития когнитивного критерия в контрольных и экспериментальных группах – не одинаковый, а различия на конец формирующего эксперимента существенны и не случайны.

Таблица 30 – Результаты расчета критерия «хи-квадрат» при оценке когнитивному первого критерия

Группы	Значение χ^2 набл.	Значение χ^2 крит.	P
КГ и ЭГ	7,53	3,84	0,023

В ЭГ было доказано преимущество альтернативной гипотезы над нулевой, так как $\chi^2_{\text{набл.}} > \chi^2_{\text{крит.}}$ ($7,53 > 3,84$), это не может быть объяснено случайными причинами, а является следствием специально организованной деятельности, то есть введением технологии.

Перейдем к описанию изменений по второму, мотивационно-ценностному критерию готовности студентов к деловой коммуникации. В таблице 31 нами представлены полученные результаты изменений по данному критерию.

Таблица 31 – Результаты изменений по мотивационно-ценностному критерию в разных группах в ходе формирующего эксперимента

Группы	Уровни сформированности мотивационно-ценностного критерия					
	Критический		Достаточный		Оптимальный	
	к-во	%	к-во	%	к-во	%
ЭГ (Н)	19	38,00	20	40,00	11	22,00
ЭГ (К)	5	10,00	20	40,00	25	50,00
КГ (Н)	19	38,00	20	40,00	11	22,00
КГ (К)	17	34,00	22	44,00	11	22,00

Сравнение данных в таблице показало, что на начало формирующего эксперимента 38 % студентов в экспериментальных группах имела по второму критерию критический уровень, 40 % – достаточный уровень, 22 % – оптимальный уровень.

На конец эксперимента 10 % студентов в экспериментальных группах по второму критерию вышли на критический уровень, 40 % – на достаточный

уровень, а на оптимальном уровне зафиксировано 50 %. Так за время формирующего этапа эксперимента количество студентов, имеющих достаточный уровень, не изменилось, а имеющих оптимальный уровень увеличилось на 28 %. При этом происходит снижение количества студентов, имеющих критический уровень на 28 %.

Какие изменения произошли в контрольной группе? Количество студентов, достигших критического уровня по мотивационно-ценностному критерию уменьшилось на 4 %, а на достаточном уровне произошло увеличение количества студентов на 4 %, на оптимальном уровне изменений не произошло.

Итак, введение технологии с применением кейс-метода в вузе благоприятно повлияло на изменение мотивационно-ценностного критерия уровня готовности студентов к деловой коммуникации, что подтверждает статистический анализ данных по эксперименту.

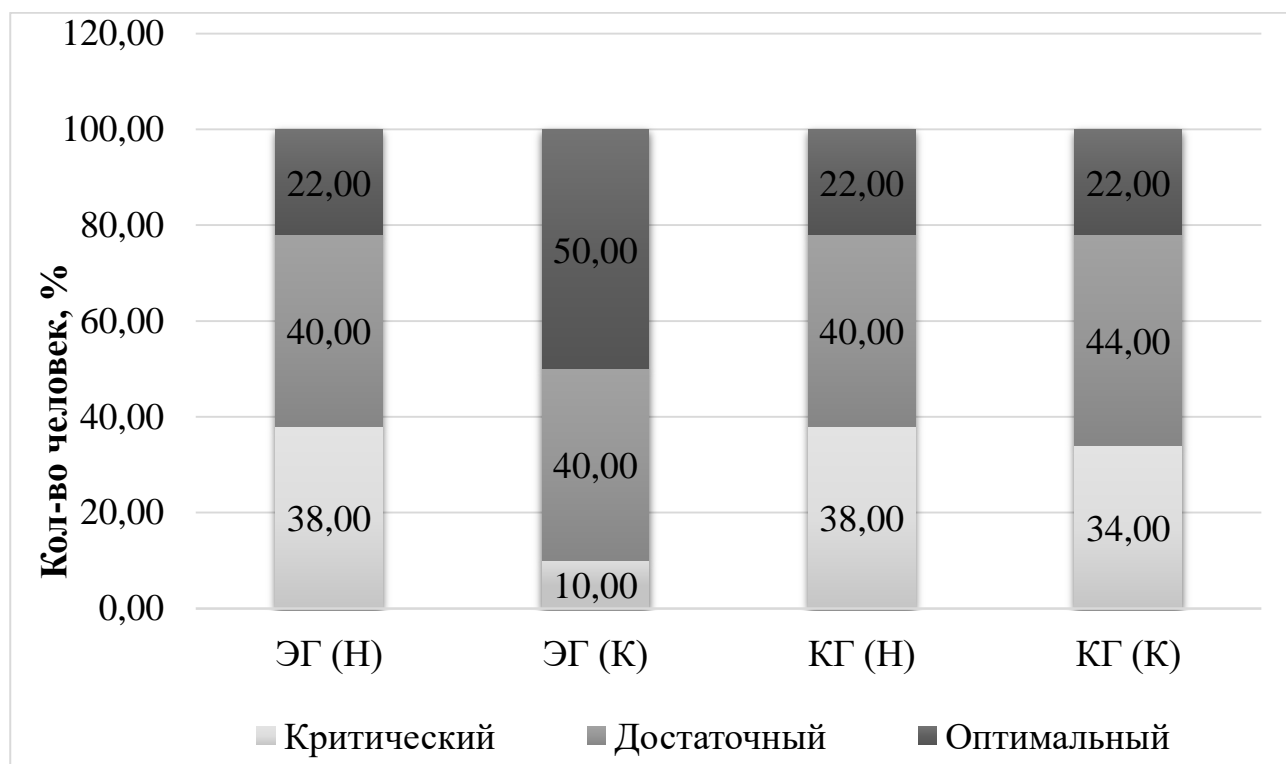


Рис. 22. - Сравнение результатов по мотивационно-ценностному критерию готовности студентов к деловой коммуникации по разным группам

Таблица 32 – Результаты среднего показателя и коэффициента эффективности в группах в процессе формирующего эксперимента при оценке мотивационно-ценностного критерия

Коэффициенты	Группы			
	ЭГ		КГ	
СП	1,840	2,400	1,840	1,880
G	0,56		0,04	
КЭ	1,00	1,28	-	-

Изменение среднего показателя и его прироста при определении уровня мотивационно-ценностного критерия в ходе формирующего эксперимента изображено в рисунке 23.

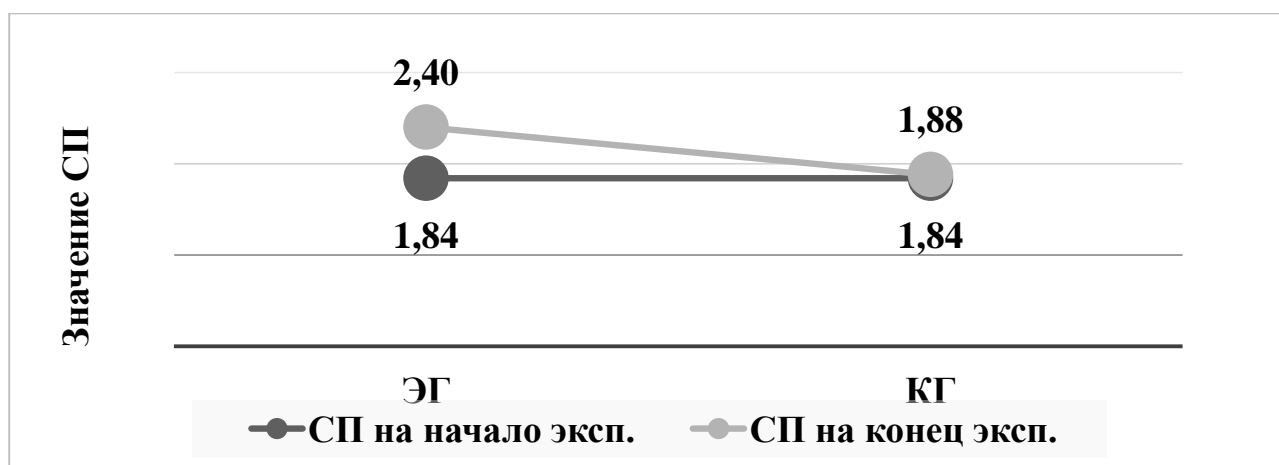


Рис. 23. - Значение СП в группах на начало и конец эксперимента при оценке мотивационно-ценностного критерия

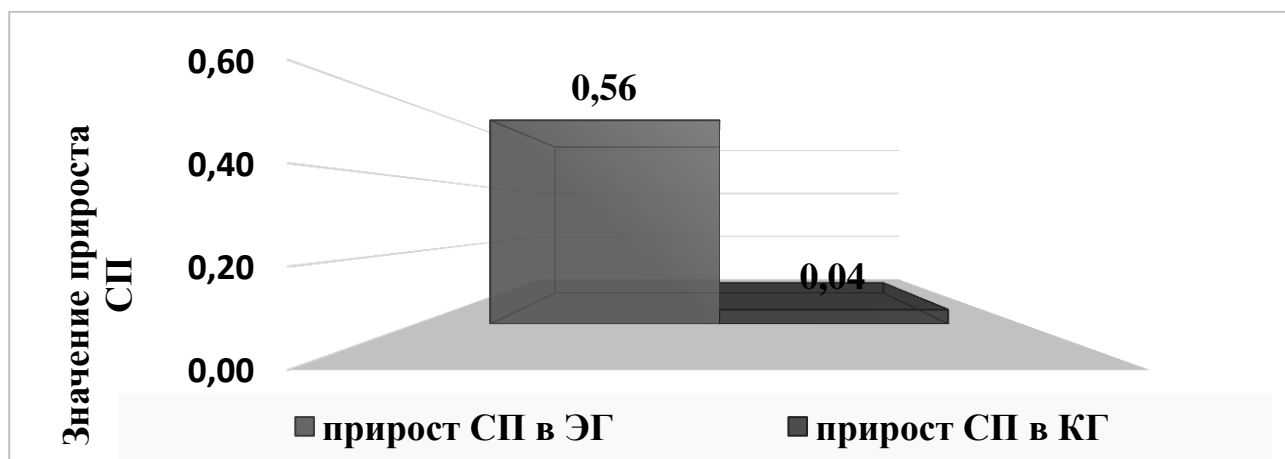


Рис. 24. - Изменение прироста по СП в группах в процессе формирующего эксперимента при оценке мотивационно-ценностному критерию

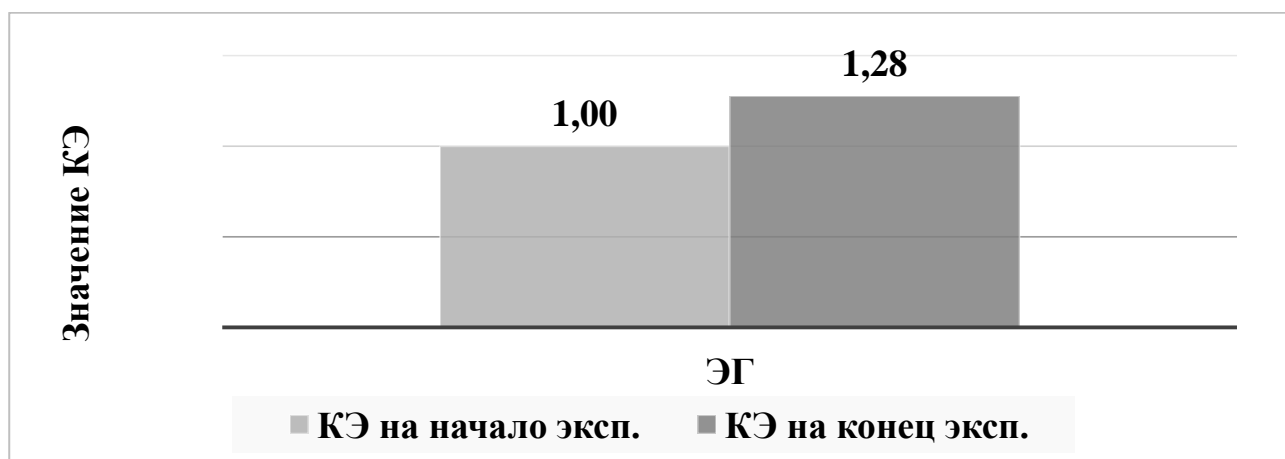


Рис. 25. - Динамика коэффициента эффективности в группах в процессе формирующего эксперимента при оценке мотивационно-ценностного критерия

Нами была выдвинута нулевая гипотеза (H_0): разница по уровням мотивационно-ценностного критерия в контрольных и экспериментальных группах на конец формирующего эксперимента статистически не значима и альтернативная гипотеза (H_1): уровень развития мотивационно-ценностного критерия в контрольных и экспериментальных группах – не одинаковый, а различия на конец формирующего эксперимента существенны и не случайны.

Таблица 33 – Результаты среднего показателя и коэффициента эффективности в группах в процессе формирующего эксперимента при оценке мотивационно-ценностного критерия

Группы	Значение χ^2 набл.	Значение χ^2 крит.	P
КГ и ЭГ	12,09	3,84	0,002

В ЭГ было доказано преимущество альтернативной гипотезы над нулевой, так как $\chi^2_{\text{набл.}} > \chi^2_{\text{крит.}}$ ($12,09 > 3,84$), это не может быть объяснено случайными причинами, а является следствием специально организованной

деятельности, то есть введением технологии.

Перейдем к описанию изменений по третьему, коммуникативно-деятельностному критерию уровня готовности студентов к деловой коммуникации. В таблице 29 представлены полученные результаты изменений по данному критерию.

Таблица 34 – Результаты изменений по коммуникативно-деятельностному критерию в разных группах в ходе формирующего эксперимента

Группы	Уровни сформированности коммуникативно-деятельностного критерия					
	Критический		Достаточный		Оптимальный	
	к-во	%	к-во	%	к-во	%
ЭГ (Н)	20	40,00	20	40,00	10	20,00
ЭГ (К)	8	16,00	23	46,00	19	38,00
КГ (Н)	19	38,00	21	42,00	10	20,00
КГ (К)	18	36,00	22	44,00	10	20,00

Сравнение данных в таблице показало, что на начало формирующего эксперимента 40 % студентов в экспериментальных группах имела по третьему критерию критический уровень, 40 % – достаточный уровень, 20 % – оптимальный уровень.

На конец эксперимента 16 % студентов в экспериментальных группах по третьему критерию вышли на критический уровень, 46 % – на достаточный уровень, а на оптимальном уровне зафиксировано 38 %. Так за время формирующего этапа эксперимента количество студентов, имеющих достаточный уровень увеличилось на 6 %, а имеющих оптимальный уровень увеличилось на 18 %. При этом происходит снижение количества студентов, имеющих критический уровень на 24 %.

Какие изменения произошли в контрольной группе? Количество студентов, достигших критического уровня по коммуникативно-деятельностному критерию уменьшилось на 2 %, а на достаточном уровне произошло увеличение количества студентов на 2 %, на оптимальном уровне изменений не произошло.

Итак, введение технологии с применением кейс-метода в цифровой образовательной среде вуза благоприятно повлияло на изменение

коммуникативно-деятельностного критерия готовности студентов к деловой коммуникации, что подтверждает статический анализ данных по эксперименту.

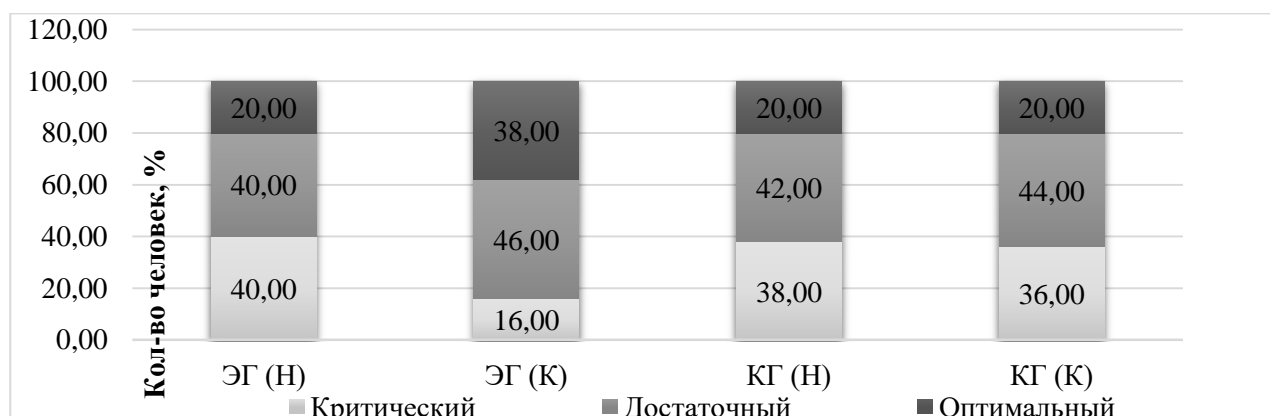


Рис. 26 - Сравнение результатов по коммуникативно-деятельностному критерию готовности студентов к деловой коммуникации по разным группам

Таблица 35 – Результаты среднего показателя и коэффициента эффективности в группах в процессе формирующего эксперимента при оценке коммуникативно-деятельностного критерия

Коэффициенты	Группы			
	ЭГ		КГ	
СП	1,80	2,22	1,82	1,84
G	0,42		0,02	
КЭ	0,99	1,21	-	-

Изменение среднего показателя и его прироста при определении уровня коммуникативно-деятельностного критерия в ходе формирующего эксперимента изображено в рисунке 27.

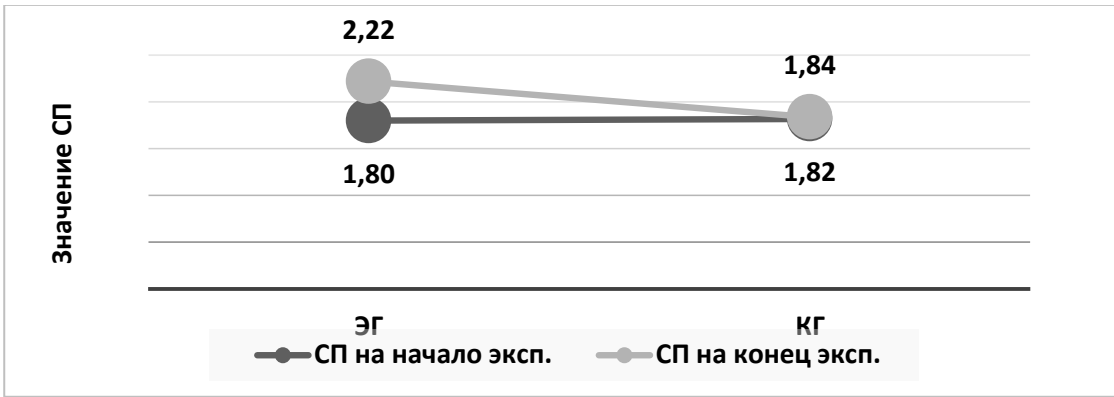


Рис. 27. - Значение СП в группах на начало и конец эксперимента при оценке коммуникативно-деятельностного критерия

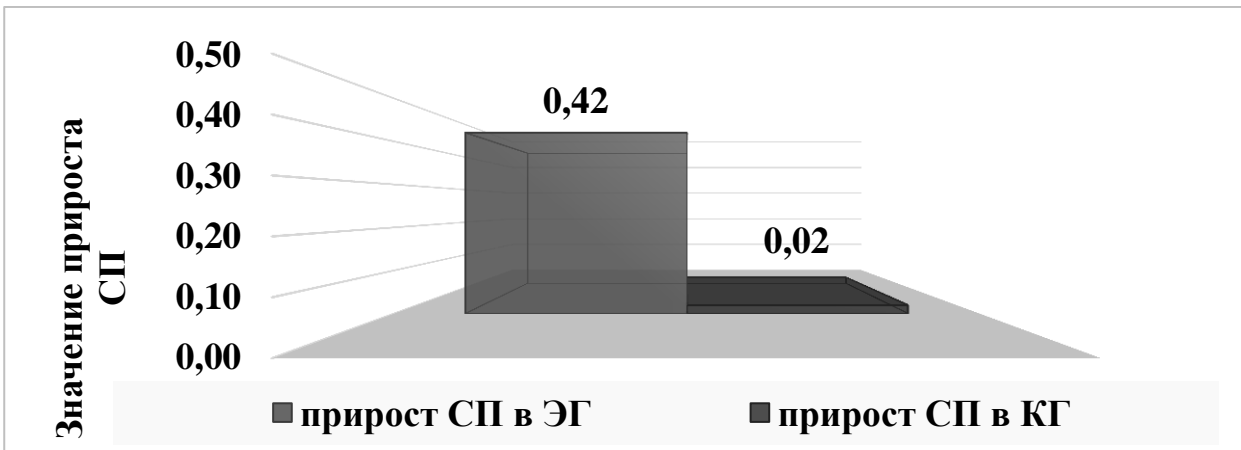


Рис. 28. - Изменение прироста по СП в группах в процессе формирующего эксперимента при оценке коммуникативно-деятельностного критерия

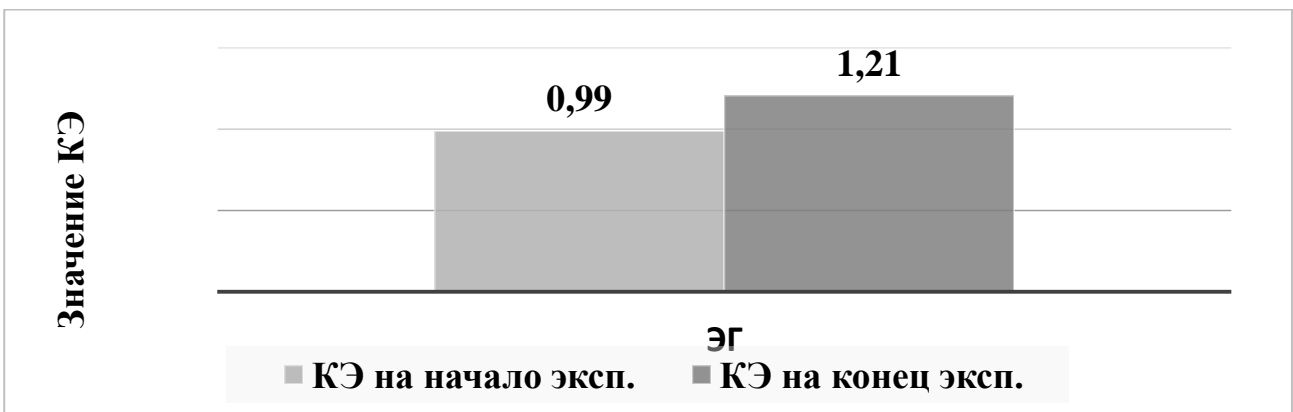


Рис. 29. - Динамика коэффициента эффективности в группах в процессе формирующего эксперимента при оценке коммуникативно-деятельностного критерия

Нами была выдвинута нулевая гипотеза (H_0): разница по уровням коммуникативно-деятельностного критерия в контрольных и экспериментальных группах на конец формирующего эксперимента статистически не значима и альтернативная гипотеза (H_1): уровень развития коммуникативно-деятельностного критерия в контрольных и экспериментальных группах – не одинаковый, а различия на конец формирующего эксперимента существенны и не случайны.

Таблица 36 – Результаты среднего показателя и коэффициента эффективности в группах в процессе формирующего эксперимента при оценке коммуникативно-деятельностного критерия

Группы	Значение χ^2 набл.	Значение χ^2 крит.	P
КГ и ЭГ	6,66	3,84	0,036

В ЭГ было доказано преимущество альтернативной гипотезы над нулевой, так как $\chi^2_{\text{набл.}} > \chi^2_{\text{крит.}}$ ($6,66 > 3,84$), это не может быть объяснено случайными причинами, а является следствием специально организованной деятельности, то есть введением технологии.

Перейдем к описанию изменений по общему уровню готовности к деловой коммуникации студентов. В таблице 37 представлены полученные результаты изменений по данному критерию.

Таблица 37 – Уровень готовности студентов к деловой коммуникации

Группы	Уровень готовности студентов к деловой коммуникации					
	Критический		Достаточный		Оптимальный	
	к-во	%	к-во	%	к-во	%
ЭГ (Н)	24	48,00	18	36,00	8	16,00
ЭГ (К)	7	14,00	25	50,00	18	36,00
КГ (Н)	20	40,00	19	38,00	11	22,00
КГ (К)	18	36,00	20	40,00	12	24,00

Сравнение данных в таблице показало, что на начало формирующего эксперимента 48 % студентов в экспериментальных группах имела по

готовности к деловой коммуникации критический уровень, 36 % – достаточный уровень, 16 % – оптимальный уровень.

На конец эксперимента 14 % студентов в экспериментальных группах по готовности к деловой коммуникации вышли на критический уровень, 50 % – на достаточный уровень, а на оптимальном уровне зафиксировано 36 %. Так за время формирующего этапа эксперимента количество студентов, имеющих достаточный уровень увеличилось на 14 %, а имеющих оптимальный уровень увеличилось на 20 %. При этом происходит снижение количества студентов, имеющих критический уровень на 34 %.

Какие изменения произошли в контрольной группе? Количество студентов, достигших критического уровня по готовности к деловой коммуникации уменьшилось на 4 %, а на достаточном и оптимальном уровне произошло увеличение количества студентов на 2 %.

Итак, введение разработанной нами педагогической технологии благоприятно повлияло на изменение готовности студентов к деловой коммуникации, что подтверждает статический анализ данных по эксперименту.

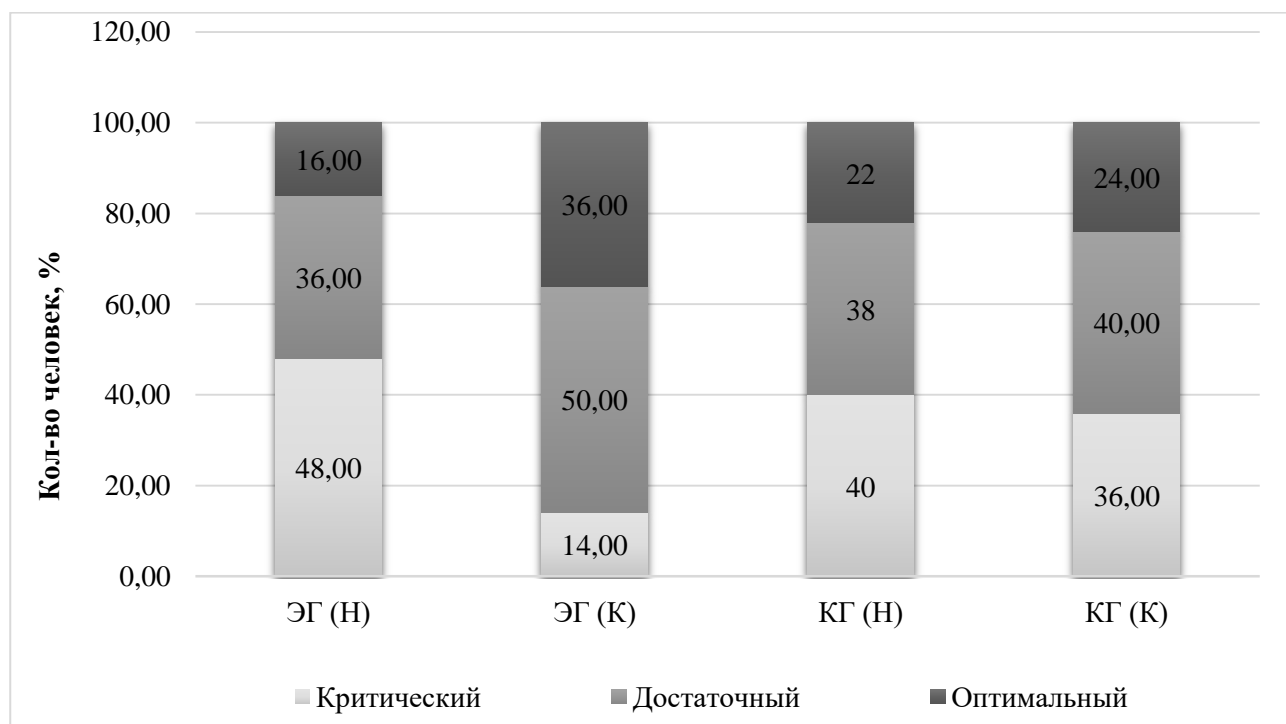


Рис. 30 - Сравнение результатов по готовности студентов к деловой коммуникации по разным группам

Таблица 38– Результаты среднего показателя и коэффициента эффективности в группах в процессе формирующего эксперимента при оценке готовности к деловой коммуникации

Коэффициенты	Группы			
	ЭГ		КГ	
СП	1,68	2,22	1,82	1,88
G	0,54		0,06	
КЭ	0,92	1,18	-	-

Изменение среднего показателя и его прироста при определении готовности к деловой коммуникации в ходе формирующего эксперимента изображено в рисунке 29.

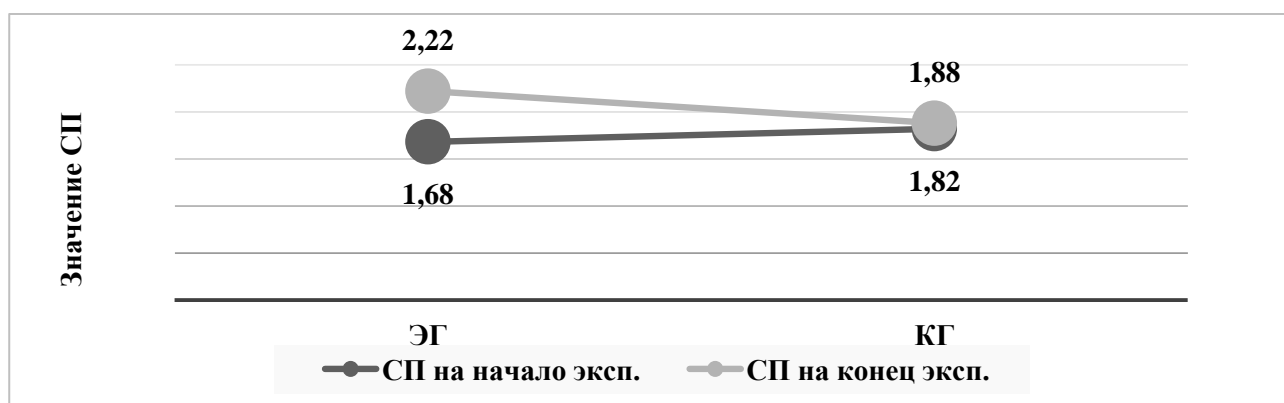


Рис. 31. - Значение СП в группах на начало и конец эксперимента при оценке готовности к деловой коммуникации

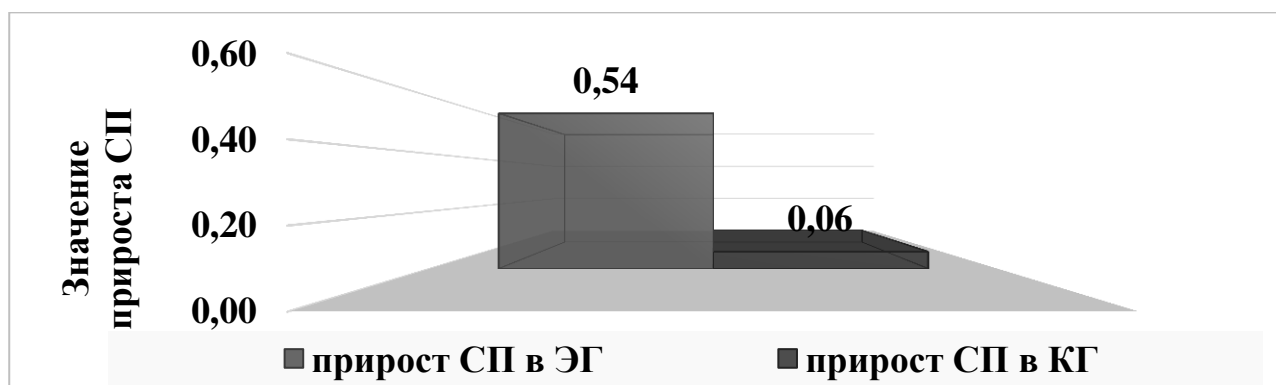


Рис. 32. - Изменение прироста по СП в группах в процессе формирующего эксперимента при оценке готовности к деловой коммуникации

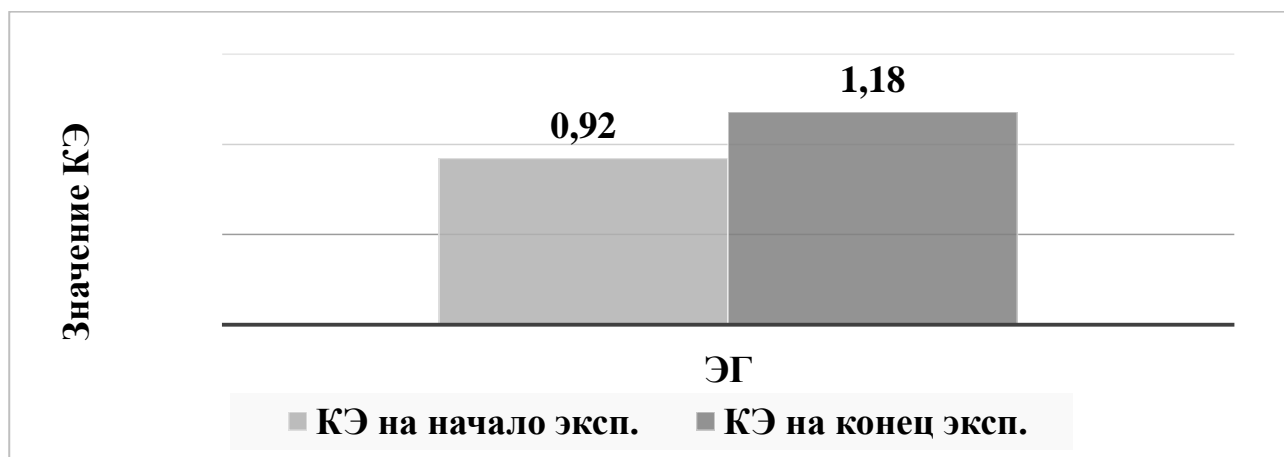


Рис. 33. - Динамика коэффициента эффективности в группах в процессе формирующего эксперимента при оценке готовности к деловой коммуникации

Нами была выдвинута нулевая гипотеза (H_0): разница по уровням в готовности к деловой коммуникации контрольных и экспериментальных группах на конец формирующего эксперимента статистически не значима и альтернативная гипотеза (H_1): уровень развития готовности к деловой коммуникации в контрольных и экспериментальных группах – не одинаковый, а различия на конец формирующего эксперимента существенны и не случайны.

Таблица 39 – Результаты среднего показателя и коэффициента эффективности в группах в процессе формирующего эксперимента при оценке готовности к деловой коммуникации

Группы	Значение χ^2 набл.	Значение χ^2 крит.	P
КГ и ЭГ	6,60	3,84	0,037

В ЭГ было доказано преимущество альтернативной гипотезы над нулевой, так как $\chi^2_{\text{набл.}} > \chi^2_{\text{крит.}}$ ($6,60 > 3,84$), это не может быть объяснено случайными причинами, а является следствием специально организованной деятельности, то есть введением технологии.

В ходе продолжения анализа и оценки результатов экспериментальной работы мы провели повторную диагностику оценки компетентности педагогов,

которая включала в себя: анкетирование, беседу и наблюдение.

По результатам анкетирования мы получили высокие обобщенные результаты по оценке анкетирования, представлены в таблице 40.

Таблица 40 – Результаты анкетирования педагогов

Результаты	1 (низкий уровень)	2 (средний уровень)	3 (высокий уровень)
Оценка в %	0-66	67-86	87-100
Значение по шкале	1	2	3
Знание методических особенностей применения кейсов при реализации кейс-метода	5	45	50

После оценки представленных результатов можно выявить преобладание высокого уровня у 50 % преподавателей. В результате проведенной работы у педагогов наблюдалась следующая динамика: снизился на 5 % низкий уровень, возрос на 25 % средний уровень и на 30 % увеличился высокий уровень, что подтверждает эффективность обучения педагогов применению кейс-метода с целью формирования у студентов готовности к деловой коммуникации.

Таблица 41 – Результаты беседы с преподавателями по проблемам при реализации кейс-метода

Проблемы	% от общего числа респондентов
Концентрация внимания студентов по время обсуждения решения кейсов	10 %
Поиск решений студентами	5 %
Поиск информации для решения кейсов	40 %
Низкое качество самостоятельной работы студентов по подготовке к решению кейсов	40 %
Нехватка опыта	5 %

По результатам предварительных бесед с преподавателями (табл. 41) по проблемам, возникающим при использовании традиционных и электронных кейсов, у 56 % педагогов отсутствовал опыт в данном направлении образовательной деятельности.

После проведения экспериментальной работы этот показатель снизился до 5 %, были выявлены незначительные затруднения в ходе применения кейс-метода.

Проблемы после формирующего этапа эксперимента стали более узконаправленными, связанные с развитием критического мышления.

По результатам выявленных проблем мы предложили разработать элективный курс «Критическое мышление в современном информационном обществе», который будет реализован с помощью кейс-метода.

Далее нами было проведено повторное наблюдение за деятельностью педагогов в рамках занятий по различным дисциплинам, которые формируют коммуникативные умения у студентов направления подготовки «Управление персоналом». Оценка осуществлялась экспертами, выбранными для проведения метода экспертных оценок.

Таблица 42 – Результаты наблюдения за педагогами

Результаты	1 (низкий уровень)	2 (средний уровень)	3 (высокий уровень)
Оценка в %	0-66	67-86	87-100
Значение по шкале	1	2	3
Владение алгоритмом применения в цифровой образовательной среде вуза	5	50	45
Умение применения кейсов при реализации кейс-метода в цифровой образовательной среде вуза	10	65	25
Опыт применения кейсов при реализации кейс-метода в цифровой образовательной среде вуза	15	60	25
Средний результат в %	10	58,3	31,6

Таким образом, необходимо отметить положительную динамику в высоком уровне компетентности педагогов на 18,6 % в средних значениях, снижение низкого и среднего уровня на 5 % и 13,7 % соответственно.

Полученные контрольные срезы позволяют судить, что разработанная технология с применением кейс-метода в цифровой образовательной среде вуза оказалась жизнеспособной.

Таким образом, опытно-экспериментальная работа подтвердила истинность положений разработанной технологии, так как результаты ее

реализации подтвердили эффективность формирования готовности к деловой коммуникации у будущих менеджеров.

ВЫВОДЫ ПО ВТОРОЙ ГЛАВЕ

Актуальное по своей сущности обеспечение деловой коммуникации осуществляется, прежде всего, специалистами по управлению персоналом, получившими нередко всего лишь эпизодическую бессистемную коммуникативную подготовку в вузе.

Для мотивированного эффективного внедрения коммуникативной проблематики в процесс профессионального обучения не обязательны радикальные преобразования учебных планов. Целесообразно использование возможностей, заложенных в эти планы, при квалифицированной реализации их соответствующими коллективами преподавателей вузов. Такая уверенность основана на том факторе, что квалификационная характеристика выпускника по специальности «Управление персоналом» имеет изначально выраженную коммуникативную направленность.

В связи с этим, придана коммуникативная направленность учебным дисциплинам в соответствии с возможностями вузовского компонента учебного плана по рассматриваемой специальности. Определена коммуникативная регламентация и возможная вариативность содержания и технологического обеспечения элективных курсов, учебной и производственной практики, воспитательных мероприятий.

Введена необходимая коммуникативная подготовка преподавателей, задействованных в реализации системы обучения деловой коммуникации будущих менеджеров в цифровой образовательной среде вуза.

Реализация разработанной структурно-функциональной модели включает технологию, направленную на формирования коммуникативных знаний, мотивов, ценностных ориентаций на эффективную деловую коммуникацию, умений решения разных профессиональных задач при использовании традиционных и электронных кейсов.

Системная оценка результатов исследования интегрирует лонгитюдный лонгитюдный анализ, верификацию и валидность. Подтвержден высокий уровень разработанной и реализованной технологии формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации.

Обобщенный результат по оценке готовности к деловой коммуникации студентов направления подготовки «Управление персоналом» представляет для нас особый интерес, так как оптимальный и достаточный уровень готовности к деловой коммуникации повысился в средних значениях, то можно утверждать, что педагогические условия формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза и технологию их реализации можно признать эффективными.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенный анализ нормативной базы в области высшего образования, научных исследований и опыта образовательной практики университетов, а также результаты констатирующего этапа экспериментальной работы доказали необходимость формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза.

Актуальность поставленной проблемы обусловлена необходимостью разрешения объективно существующих противоречий:

– на социально-педагогическом уровне – между растущей потребностью государства и общества в компетентных специалистах в области менеджмента, готовых к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде, и ориентацией преподавателей вузов на использование традиционных форм, средств и методов взаимодействия с обучаемыми, препятствующей развитию коммуникативности студентов при использовании цифровых ресурсов;

– на научно-теоретическом уровне между важностью направленности профессиональной подготовки будущих менеджеров на деловую коммуникацию в цифровой образовательной среде вуза и теоретико-методологической обоснованностью процесса образования, опирающуюся на принципы знаниевой парадигмы, не позволяющей на достаточном уровне решать поставленные образовательные задачи;

– на научно-методическом уровне – между необходимостью и объективной возможностью формирования у будущих менеджеров готовности к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза и преобладанием бессистемного методико-технологического обеспечения данного процесса в системе высшего профессионального образования.

Цель исследования достигнута, решены все поставленные задачи.

Решая первую задачу, мы определили состояние поставленной проблемы в теории и практике высшего профессионального образования, уточнили сущность и содержание ключевых понятий диссертационного исследования.

Готовность будущих менеджеров к деловой коммуникации нами рассматривается как интегративное профессионально-значимое качество личности, проявляющееся в мотивации и знаниях эффективного использования цифровой образовательной среды в освоении деловой коммуникации; в способности на теоретическом и практическом уровнях применять ресурсы цифровой образовательной среды вуза для отработки умений и опыта деловой коммуникации; в рефлексивной оценке процесса и результата формирования готовности к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде. Под формированием готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза понимается овладение студентами при использовании электронных образовательных ресурсов университета профессионально значимыми знаниями и умениями, позволяющими им осуществлять деловую коммуникацию в области менеджмента.

В рамках второй задачи нами разработана и обоснована структурно-функциональную модель формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза, которая наглядно отражает логику, последовательность, динамику реализации изучаемого процесса и включает в себя следующие взаимосвязанные блоки:

– Целевой блок выполняет ценностно-смысловую функцию, обращен на определение нормативных основ модели формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза и ожидаемого результата данного процесса. Данный блок включает в себя социальный заказ и цель исследования.

– Теоретико-методологический блок выполняет определяющую функцию. Данный блок содержит методологические подходы и принципы. В нашем исследовании установлено функциональное назначение каждого методологического подхода, определена их иерархия в формировании готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза. В результате решения поставленной задачи аксиологический подход определен нами на философском уровне, субъектно-

средовый – на общенаучном, проблемно-коммуникативный подход – на конкретно-научном. Интеграция данных подходов позволила системно с разных сторон изучить логику и внутреннюю динамику заявленного в диссертационной работе процесса с учетом принципов релевантности, диалогичности, практико-ориентированности, интегративности.

– Процессуально-методический блок включает методическое сопровождение обучающихся и педагогов в цифровой образовательной среде вуза. Сопровождение бакалавров происходит на протяжении всего периода обучения и представлено в виде локальной педагогической технологии, включающей содержательно-процессуальный, мотивационный и коммуникативно-деятельностный этапы.

– Оценочно-результативный блок модели предполагает диагностику уровней готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации и определение эффективности процесса ее формирования в цифровой образовательной среде вуза.

При решении третьей задачи разработан и проверен в экспериментальной деятельности комплекс педагогических условий, обеспечивающих эффективное формирование готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза. Данный комплекс обеспечивает успешное функционирование модели и включают в себя: 1) вовлечение будущих менеджеров в активное освоение, использование и трансформацию цифровой образовательной среды университета при целенаправленном применении разных видов учебной коммуникации; 2) включение студентов в традиционные и дистанционные формы контактов с реальными и потенциальными партнерами для формирования у них устойчивой мотивации к деловой коммуникации; 3) овладение будущими менеджерами разнообразными стратегиями и тактиками делового общения, рефлексией оценки его результата посредством решения традиционных и электронных кейсов.

Решая четвертую задачу, мы разработали и апробировали технологию формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в

цифровой образовательной среде вуза. Результаты констатирующего этапа экспериментальной работы показали недостаточный уровень готовности студентов к деловой коммуникации, что является следствием сложившейся традиционной системы работы по ее формированию при недостаточном использовании потенциала цифровой образовательной среды вуза.

Разработанная нами технология процессуально представлена последовательностью этапов, а содержательно – компонентами готовности студентов к деловой коммуникации.

Содержательно-процессуальный этап технологии был направлен на ознакомление студентов с сущностью деловой коммуникации, ее значением в профессии менеджера; формирование правильного понимания коммуникативных тактик и стратегий, правил их использования при решении профессиональных проблем в цифровой образовательной среде.

Мотивационный этап включал на основе теоретического обоснования развитие мотивации использования коммуникативных тактик и стратегий при решении конкретно поставленных проблем в области менеджмента.

Коммуникативно-деятельностный этап был направлен на развитие умений видеть профессиональную проблему в области менеджмента, осуществлять рациональный выбор коммуникативных тактик и стратегий для ее решения в разных коммуникативных ситуациях в цифровой образовательной среде вуза.

Результаты исследовательской работы экспериментально подтвердили эффективность педагогических условий формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза и технологии их реализации. Основные положения, результаты и выводы, полученные в ходе исследовательской работы, дают основание утверждать, что поставленная цель реализована, задачи исследования решены, выдвинутая гипотеза подтверждена.

Динамика положительных изменений по уровню сформированности готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации имеет стабильный

накопительный характер на всех этапах эксперимента. Наиболее существенные изменения в переходе студентов на более высокий уровень были выявлены в экспериментальной группе, в которой комплексно реализовывались педагогические условия и технология формирования готовности к деловой коммуникации в цифровой образовательной среде вуза.

Данные исследования могут быть рекомендованы к широкому использованию в практике профессиональной подготовки будущих менеджеров и в системе повышения квалификации преподавателей высшей школы. В перспективе изучение проблемы диссертационного исследования может быть продолжено в нескольких направлениях: это создание электронного образовательного ресурса по диагностике готовности студентов к деловой коммуникации, разработка элективного онлайн-курса по развитию критического мышления в деловой коммуникации при использовании кейс-метода, сетевое взаимодействие с социальными партнерами по формированию готовности к деловой коммуникации при использовании единой цифровой образовательной среды.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аверьянова, С. В. Роль «кейс стади» в профессиональной подготовке будущих экономистов-международников на занятиях по иностранному языку / С. В. Аверьянова // Российский внешнеэкономический вестник. – 2010. – № 8. – С. 56-60.
2. Адаев, И. А. Формирование профессиональных компетенций у будущих учителей химии с использованием информационных технологий: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08 / Адаев Иван Анатольевич. – Чебоксары, 2015. – 187 с.
3. Амир, А. Х. Формирование готовности арабских студентов к деловому общению в высшей школе: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08 / Амир Абдулхуссейн Хашим; Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж, 2018. – 24 с.
4. Ананьина, Е. В. Готовность старшеклассников к профессиональному самоопределению / Е. В. Ананьина // Вестник ЮУрГУ. – 2006. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/gotovnost-starsheklassnikov-k-professionalnomu-samoopredeleniyu>.
5. Андерсен, Б. Бизнес-процессы. Инструменты совершенствования / Б. Андерсон / пер. с англ. С. В. Ариничева; науч. ред. Ю. П. Адлер. – М.: РИА «Стандарты и качество», 2003. – 272 с.
6. Андреев, В. И. Педагогика творческого саморазвития. Инновационный курс. Кн. 1 / В. И. Андреев. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 1996. – 565 с.
7. Антропова, Т. Хочу все знать [Электронный ресурс] / Т. Антропова, И. Ермакова // Московский Государственный Университет, 2004. – Режим доступа: http://www.msu.ru/press/smiaboutmsu_arch/khochu_vse_znat.html?sphrase_id=860785.
8. Асеев, В. А. Экстремальные принципы в естествознании и их философское содержание / В. А. Асеев; Ленингр. гос. ун-т им. А. А. Жданова. – Ленинград: ЛГУ, 1977. – 229 с.

9. Асмолов, А. Г. Психология личности: учеб. / А. Г. Асмолов. – М.: Изд-во МГУ, 1990. – 367 с.
10. Атанов, Г. А. Деятельностный подход в обучении / Г. А. Атанов. – Донецк: «ЕАИ-пресс», 2001. – 160 с.
11. Ахметшин, Э. М. Роль образовательной среды в развитии предпринимательских компетенций студентов / Э.М. Ахметшин, Г. Н. Ларионова, Е.В. Лукиянчина [и др.] // Journal of Entrepreneurship Education. – 2019. – № 22. – С. 1-13.
12. Бабанский, Ю. К. Проблемы повышения эффективности педагогических исследований (Дидактический аспект) / Ю. К. Бабанский. – М.: Педагогика, 1982. – 192 с.
13. Багиев, Г. Л. Руководство к практическим занятиям по маркетингу с использованием кейс-метода [Электронный ресурс] / Г. Л. Багиев, В.Н. Наумов // Энциклопедия маркетинга. – 2000. – Режим доступа: <https://www.marketing.spb.ru/read/m21/1.htm>.
14. Баева, О. А. Ораторское искусство и деловое общение: учеб. пособие [Электронный ресурс] / О. А. Баева // Волгоградская областная универсальная научная библиотека. – 2001. – Режим доступа: <https://www.booksite.ru/fulltext/0/001/005/222/2.htm#Специфика%20делового%20общения>.
15. Балакин, М. А. Проектирование современной цифровой среды для управления основными образовательными программами в вузе [Электронный ресурс] / М. А. Балакин // Азимут научных исследований: педагогика и психология. – 2020. – № 2 (31). – С. 31-34. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42930038>.
16. Беликов, В. А. Философия образования личности: деятельностный аспект / В. А. Беликов. – М.: ВЛАДОС, 2004. – 356 с.
17. Беспалько, В. П. Слагаемые педагогической технологии / В. П. Беспалько. – М.: Просвещение, 1989. – 192 с.
18. Блауберг, И. В. Становление и сущность системного подхода /

И. В. Блауберг, Э. Г. Юдин. – М.: Наука, 1973. – 270 с.

19. Блинов, А. О. Интерактивные методы в образовательном процессе: учеб. пособие [Электронный ресурс] / А. О. Блинов, Е. Н. Благирева, О. С. Рудакова // Издательский дом «Научная библиотека». – 2014. – Режим доступа: <http://sciencelib.ru/Content/books/book11.pdf>.

20. Богдан, С. С. Формирование критического мышления на основе универсальных когнитивных установок, стратегий и инструментов / С. С. Богдан, Л. Л. Лашкова, Е. В. Лукиянчина // Science for Education Today. Изд-во «Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Новосибирский государственный педагогический университет». – 2019. – Том 9. - № 2. – С. 37-51.

21. Бодалев, А. А. Личность и общение / А. А. Бодалев. – М.: Педагогика, 1983. – 272 с.

22. Более 13 тысяч госслужащих прошли обучение в Центре подготовки руководителей цифровой трансформации [Электронный ресурс] // Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. – 2020. – Режим доступа: <https://digital.gov.ru/ru/events/39606/>.

23. Болотова, А. К. Психология коммуникаций [Электронный ресурс] / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». – 2015. – Режим доступа: <https://id.hse.ru/data/2015/12/04/1081716143/Болотова-Жуков-сайт.pdf>.

24. Бороздина, Г. В. Психология делового общения: учеб. пособие / Г. В. Бороздина. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 224 с.

25. Брушлинский, А. В. Психология мышления и проблемное обучение / А. В. Брушлинский. – М.: Знание, 1983. – 96 с. – (Новое в жизни, науке, технике).

26. Брушлинский, А. В. Мышление и общение [Электронный ресурс] / А. В. Брушлинский, В. А. Поликарпов // Репозиторий БГПУ. – 2015. – Режим доступа:

<https://elib.bspu.by/bitstream/doc/44143/1/мышление%20и%20общение.PDF>.

27. Валитова, Н. Р. Основы теории коммуникации [Электронный ресурс] / Н. Р. Валитова // Litres.net. – 2010. – Режим доступа: <https://litrus.net/book/read/175403>.

28. Введенская, Л. А. Русский язык. Культура речи. Деловое общение: учеб. / Л. А. Введенская. – М.: КНОРУС, 2012. – 424 с.

29. Виханский, О. С. Менеджмент: учеб. для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям и по направлению 521600 Экономика / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Экномистъ, 2006. – 669 с.

30. Виханский, О. С. Менеджмент: учеб. для вузов / О. С. Виханский. – М.: Высш. школа, 1994. – С. 528.

31. Власов, Л. В. Деловое общение / Л. В. Власов, В. К. Сементовская. – Ленинград: Лениздат, 1980 – 79 с.

32. Выготский, Л. С. Психология / Л. С. Выготский. – М.: Апрель пресс: Эксмо-Пресс, 2000. – 1006 с.

33. Габай, Т. В. Учебная деятельность и ее средства / Т. В. Габай. – М.: Изд-во Москов. гос. ун-та, 1998. – 254 с.

34. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникаций / Д. П. Гавра. – СПб.: Изд-во «Питер», 2011. – 288 с.

35. Гапонова, Н. А. Понятие коммуникации в философии. [Электронный ресурс] / Н. А. Гапонова // Вестник Шадринского государственного педагогического университета. – 2014. – Режим доступа: <http://shgpi.edu.ru/files/nauka/vestnik/2014/2014-3-3.pdf>.

36. Гнатюк, О. Л. Основы теории коммуникации: учеб. пособие / О.Л. Гнатюк. – 2-е изд, стереотип. – М.: КНОРУС, 2017. – 255 с.

37. Голубева, А. В. Русский язык и культура речи: учеб. и практикум для академического бакалавриата [Электронный ресурс] / А. В. Голубева, В. И. Максимов // Образовательная платформа «Юрайт» для вузов и ссузов. – 2019. – Режим доступа: https://mx3.urait.ru/uploads/pdf_review/8A3D0FBA-B40C-

4FE3-97AA-7E5061A54B77.pdf.

38. Горбунова, Н. В. Цифровизация как приоритетное направление модернизации российского образования: [моногр.] / [Н. В. Горбунова, Е. П. Болдырева, Т. Ю. Григорьева и др.]; под ред. Н. В. Горбуновой; М-во науки и высш. образования Российской Федерации, Саратовский соц.-эконом. ин-т (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова. – Саратов: Саратов. соц.-эконом. ин-т РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2019. – С. 44-46.

39. Гуревич, А. М. Ролевые игры и кейсы в бизнес-тренингах / А. М. Гуревич. – СПб.: Речь, 2004. – 140 с.

40. Гуськова, С. В. Основы теории коммуникации [Электронный ресурс] / С. В. Гуськова // Дом книг. – 2013. – Режим доступа: https://domknig.com/read_226311-4.

41. Дахин, А. Н. Педагогическое моделирование: моногр. / А. Н. Дахин. – Новосибирск: [б. и.], 2005. – 229 с.

42. Девятова, Г. Г. Формирование готовности будущих учителей иностранного языка к межкультурной коммуникации: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08 / Девятова Гузель Габитовна; Магнитог. гос. ун-т. – Сибай, 2002. – 27 с.

43. Дембровская, М. В. Деловое общение в структуре профессиональной компетентности будущих менеджеров туризма [Электронный ресурс] / М. В. Дембровская // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. – 2012. – № 3. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/delovoe-obschenie-v-strukture-professionalnoy-kompetentnosti-buduschih-menedzherov-turizma>.

44. Дементьева, И. С. Критерии сформированности готовности к профессиональному иноязычному общению [Электронный ресурс] / И. С. Дементьева // Современные проблемы науки и образования. – 2020. – № 2. – Режим доступа: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=29761>.

45. Документы системы менеджмента качества // Сургутский государственный университет. – Режим доступа: <http://www.surgu.ru/sotrudniku/dokumenty-sistemy-menedzhmenta-kachestva>.

46. Дроздова, Н. П. Активные методы обучения: учеб.-метод. пособие / Н. П. Дроздова, Е. Г. Ефимова, М. Ф. Колесникова. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2002. – 296 с.

47. Дьяченко, М. И. Готовность к деятельности в напряженных ситуациях: психологические аспекты / М. И. Дьяченко, Л. А. Кандыбович, В. А. Пономаренко. – Минск: Университетское, 1985. – 320 с.

48. Егорова, Е. В. Методический потенциал кейс-стади для обучения стратегическому менеджменту / Е. В. Егорова // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2007. - № 7. – С. 73-76.

49. Елистратова, Н. Н. Современные проблемы информатизации высшего образования / Н. Н. Елистратова // Вестник Рязанского государственного университета им. С. А. Есенина. – 2010. – № 4. – С. 12-13.

50. Еремин, А. С. Кейс-метод [Электронный ресурс] / А. С. Еремин // Инновации в образовании. – 2010. – № 2. – С. 67-81. – Режим доступа: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_13022268_83566872.pdf.

51. Еремин, А. С. Обеспечение учебной работы с использованием кейс-метода / А. С. Еремин // Инновации в образовании. – 2010. – № 4. – С. 77-90.

52. Еремин, А. С. Разработка и апробация кейсов: особенности разработки кейсов, выбор главных особенностей кейса, плана и текста кейса / А. С. Еремин // Инновации в образовании. – 2010. – № 3. – С. 15-36.

53. Жадобина, Н. Н. Цифровая образовательная среда: проблемы и их решение в вузе [Электронный ресурс] / Н. Н. Жадобина. – DOI: <https://doi.org/10.80019/IRJ.2021.112.1> // Международный научно-исследовательский журнал. – 2021. – № 10. – Режим доступа: <https://v2.research-journal.org/media/articles/75.pdf>.

54. Жигилей, И. М. Формирование профессиональных компетенций с

помощью кейс-метода в высшем образовании / И. М. Жигилей // Преподаватель XXI век. – 2012. – № 1. – С. 29-36.

55. Жукова, С. Л. Подготовка будущего специалиста к деловому общению в условиях обучения в техническом вузе: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01 / Жукова Светлана Леонидовна; Ростов. гос. пед. ин-т. – Ростов, 1987. – 17 с.

56. Загашев, И. О. Критическое мышление: технология развития: моногр. / И. О. Загашев, С. И. Заир-Бек. – СПб.: Альянс-Дельта, 2003. – 284 с.

57. Загвязинский, В. И. Методология и методы психолого-педагогического исследования: моногр. / В. И. Загвязинский, Р. М. Атаханов. – М.: Академия, 2005. – 208 с.

58. Зайцев, В. С. Кейсовое обучение студентов в вузе [Электронный ресурс]: учеб.-метод. пособие / В. С. Зайцев. – Челябинск: Библиотека А. Миллера, 2018. – 31 с. – Режим доступа: http://elib.cspu.ru/xmlui/bitstream/handle/123456789/5106/Зайцев_Кейсовое%20обучение.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=Классификация%20кейсов%3A%200A.%20По%20структуре,структурированными%20вопросами%20содержит%20перечень%20вопросов.

59. Захарова, И. Г. Формирование информационной образовательной среды высшего учебного заведения: автореф. дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.01 / Ирина Гелиевна Захарова. - Тюмень, 2003. – 46 с.

60. Звонников, В. И. Педагогические измерения в управлении качеством обучения: автореф. дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.01 / Звонников Виктор Иванович; Рост. гос. пед. ун-т. – Ростов-на-Дону, 2006. – 54 с.

61. Зинюхина, Н. А. Профессиональные стандарты как инструмент анализа и управления качеством подготовки специалистов / Н. А. Зинюхина, Ю.Н. Никулина // Интеллект. Инновации. Инвестиции, 2018. – № 7. – С. 29-34.

62. Золотарева, Г. М. Активные методы обучения как основной инструмент повышения качества подготовки профессиональных менеджеров / Г. М. Золотарева, Ю. М. Клиот // Вопросы современной науки и практики.

Университет им. В. И. Вернадского. – 2010. – № 4-6 (29). – С. 173-179.

63. Золотарева, Г. М. Применение активных методов обучения при подготовке менеджеров / Г. М. Золотарева // Вестник Тамбовского государственного технического университета. Инженерная педагогика. – 2006. № 4. – С. 1181-1186.

64. Иванова, Н. А. Аксиологический подход к формированию гражданской ответственности подростков в условиях общеобразовательной школы: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01 / Иванова Надежда Александровна; Рязан. гос. пед. ун-т им. С. А. Есенина. – Рязань, 2010. – 20 с.

65. Иванова, Н.А. Аксиологический подход как основа формирования у учащихся подростков гражданского сознания и поведения / Н. А. Иванова // Российский научный журнал. – 2009. – № 4 (11). – С. 178-183.

66. Иванова, Н. Н. Проблемное обучение при подготовке будущих менеджеров в высшей школе / Н. Н. Иванова // Среднерусский вестник общественных наук. – 2012. – № 4. – С. 213-218.

67. Игнашова, О. В. Формирование профессиональной коммуникативной компетентности будущих государственных служащих в процессе преподавания дисциплины «Управление общественными отношениями [Электронный ресурс] / О. В. Игнашова // Известия Самарского научного центра российской академии наук. – 2009. – Т. 14. – № 4-2. – С. 338-342. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=13619529>.

68. Ильченко, О. А. Организационно-педагогические условия сетевого обучения: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08 / Ильченко Ольга Александровна; Моск. гос. технол. акад. – М., 2002. – 193 с.

69. Искандарова, О. Ю. Проблемно-коммуникативный подход как фактор активизации познавательной деятельности студентов: На материале изучения иностранного языка: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08 / Искандарова Ольга Юрьевна; Башкир. пед. ин-т. – Уфа, 1997. – 19 с.

70. Искандарова, О. Ю. Проблемы теории и практики формирования иноязычной профессиональной коммуникативной компетентности

специалиста/ О. Ю. Искандарова // Баш. Мед. ун-т. – 1998. – 259 с.

71. Каган, М. С. Философия культуры: Становление и развитие [Электронный ресурс] / М. С. Каган// Научная электронная библиотека «E-library». – 1998. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=24725059>.

72. Каморджанова, Н. Бухгалтерский учёт. Сборник кейсов [Электронный ресурс] / Н. Каморджанова // Электронная библиотека «Экономика и управление на предприятиях». – 2001. – Режим доступа: <http://eur.ru/documents/2003-08-18/1697e.asp>.

73. Кейсы психолого-педагогического содержания в образовательном процессе военного вуза / А. И. Цаплюк, О. Н. Пономарёва, М. А. Аширали, Е.Е. Калдарбек // Молодёжь. Образование. Наука: сб. статей XI Междунар. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов, адъюнктов, молодых преподавателей и учёных (Пенза, 27.01.2016) / под общ. ред. О. В. Варниковой, О. Н. Пономарёвой, И. И. Грачёва [и др.]. – Пенза: Пензен. артиллер. инженер. ин-т, 2016. – С. 304-311.

74. Кирьякова, А. В. Технология «кейс-стади» в компетентностно-ориентированном образовании: учеб.-метод. пособие / А. В. Кирьякова, И. Д. Белоновская, Д. С. Каргапольцева // Оренбургский гос. ун-т. – Оренбург: ОГУ, 2011. – 105 с.

75. Кларин, М. В. Инновации в мировой педагогике: обучение на основе исследования, игры и дискуссии: анализ зарубеж. опыта / М. В. Кларин. – Рига: Эксперимент, 1995. – 176 с.

76. Ковтунович, Л. М. Особенности обучения студентов деловому общению для работы в условиях иноязычной культуры / Л. М. Ковтунович, Е. Г. Прилукова // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2017. – Т. 11. – № 4. – С. 93–103.

77. Колесникова, И. А. Педагогическое проектирование: учеб. пособие для высш. учеб. заведений / И. А. Колесникова, М. П. Горчакова-Сибирская; под ред.: В. А. Сластенина, И. А. Колесниковой. –3-е изд., стер. – М.: Академия, 2008. – 288 с.

78. Колесникова, М. Ф. Обучение по кейс-методу: На прим. кейса «Санкт-Петербургское гардинно-кружевное объединение» / М. Ф. Колесникова, Т. А. Лукичева // Вестн. Санкт-Петербург. ун-та. Сер. Экономика. –1993. Вып. 4. – С. 68-74.

79. Коммуникационный менеджмент. Этика и культура управления: [учеб. пособие] / Т. Ю. Анопченко, М. А. Чернышев, Г. А. Болошин [и др.]. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. – 381 с.

80. Коновалова Р. А. Формирование транскультурных коммуникативных умений у студентов высших учебных заведений: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08 / Коновалова Римма Александровна; Челябинский ун-т. – Челябинск, 1998. – 20 с.

81. Коровкин, А. Ю. Формирование профессиональной компетентности у курсантов учебных заведений МВД России: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08 / Коровкин Алексей Юрьевич; Воен. ун-т. – М., 2011. – 24 с.

82. Кот, А. В. Проблемно-коммуникативный подход в организации обучения чтению студентов младших курсов языкового факультета / А. В. Кот // Проблемы педагогики. – 2015. – № 3. – С. 20-23.

83. Кот, А. В. Проблемно-коммуникативный подход в организации обучения чтению студентов младших курсов языкового факультета [Электронный ресурс] / А. В. Кот // Проблемы педагогики. – 2015. – № 3– С. 20-23. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemno-kommunikativnyu-podhod-v-organizatsii-obucheniya-chteniyu-studentov-mladshih-kursov-yazykovogo-fakulteta>.

84. Краевский, В. В. Методология педагогики: новый этап: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В. В. Краевский, Е. В. Бережнова. – 2-е изд., стер. – М.: Академия, 2008. – 400 с.

85. Краевский, В. В. Моделирование в педагогическом процессе / В. В. Краевский // Введение в научное исследование по педагогике. – М.: Просвещение, 1988. – 120 с.

86. Краснопольский, В. Е. Применение WEB-технологий в кейс-методе

/ В. Е. Краснопольский // Вестник ЛНУ им. Тараса Шевченка. – 2012. – № 20. – С. 12-21.

87. Кривоко́ра, Е. И. Деловые коммуникации: учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии сферы обслуживания" / Е. И. Кривоко́ра. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 188, [1] с.

88. Крутецкий, В. А. Психология математических способностей школьников / В. А. Крутецкий; под ред. Н.И. Чуприковой. – М.: Ин-т практ. психологии; Воронеж: МОДЭК, 1998. – 411 с.

89. Кудрявцев, В. Т. Проблемное обучение: истоки, сущность, перспективы / В. Т. Кудрявцева. – М.: Знание, 1991. – 79, [1] с.

90. Кудрявцев, В. Т. Проблемное обучение: истоки, сущность, перспективы. – М.: Знание, 1991. – 79, [1] с.

91. Кудрявцева, Н. Б. Развитие умений деловой коммуникации у студентов вузов: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08 / Кудрявцева Наталья Борисовна. – Екатеринбург, 2007. – 26 с.

92. Кузьмина, Н. Н. Развитие готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации в образовательном процессе университета: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08 / Надежда Николаевна Кузьмина. – Магнитогорск, 2009. – 177 с.

93. Кули, Ч. Х. Избранное. Сборник переводов [Электронный ресурс] / Ч.Х. Кули // Институт научной информации по общественным наукам (ИНИОН) РАН. – 2019. – Режим доступа: http://inion.ru/site/assets/files/3917/2019_sp_kuli_izbrannoe.pdf.

94. Куницына, В. Н. Межличностное общение: учеб. для вузов / В. Н. Куницына, Н. В. Казаринова, В. М. Погольша. – СПб.: Питер, 2001.

95. Курдюкова, Г. Ш. Соотношение понятий «общение» и «коммуникация». Понятие «interculturalite» во французских исследованиях [Электронный ресурс] / Г. Ш. Курдюкова // Ульяновский государственный педагогический университет им. И. Н. Ульянова. – Ульяновск, 2019. – Режим

доступа: https://ulspu.ru/upload/img/medialibrary/50a/kurdyukova_ulyanovsk_statya.pdf.

96. Куршакова, Н. Б. Кейс-метод подготовки банковских менеджеров / Н. Б. Куршакова // ЭКО. – 2002. № 11. – С. 136-140.

97. Кушнир, М. Э. Цифровая образовательная среда [Электронный ресурс] / М. Э. Кушнир. – Режим доступа: <https://medium.com/direktoria-online/the-digital-learning-environment-f1255d06942a>.

98. Лавриненко, В. Н. Психология и этика делового общения: учеб. для вузов [Электронный ресурс] / В. Н. Лавриненко // Институт открытого образования Московского политехнического университета. – 2005. – Режим доступа: http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook861/01/Lavrinenko_V_N.pdf.

99. Лапин, В. Г. Цифровая образовательная среда как условие обеспечения качества подготовки студентов в среднем профессиональном образовании / В. Г. Лапин // Инновационное развитие профессионального образования. – 2019. – № 1 (21). – С. 55–59.

100. Лашкова, Л. Л. Формирование готовности к деловой коммуникации у студентов направления подготовки «Управление персоналом» в университете» / Л. Л. Лашкова, Е. В. Лукиянчина // Вестник СурГПУ. – 2019. – № 1. – С. 100-107.

101. Леонтьев, А. А. Общение как объект психологического исследования / А.А. Леонтьев // Методологические проблемы социальной психологии. – М.: Наука, 1975. – С. 106-123.

102. Леонтьев, А. А. Психология общения: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Психология» / А.А. Леонтьев. – М.: Смысл, 1999. – 365 с.

103. Лернер, И. Я. Дидактические основы методов обучения / И. Я. Лернер. – М.: Педагогика, 1981. – 185 с.

104. Лихачев, Б. Т. Педагогика: курс лекций / Б. Т. Лихачев; под ред. В. А. Сластенина. – М.: ВЛАДОС, 2010. – 647 с.

105. Льюис, Ричард Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От

столкновения к взаимопониманию / Р.Д. Льюис; [пер. с англ. Т.А. Нестика]; Акад. народ. хозяйства при правительстве Российской Федерации. – М.: Дело, 1999. – 439 с.

106. Любова, Т. В. Реализация аксиологического подхода в процессе развития межкультурной компетенции студентов вуза: на примере изучения иностранного языка: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01 / Любова Татьяна Васильевна; Татар. гос. гуманитар.-пед. ун-т. – Казань, 2009. – 18 с.

107. Любова, Т. В. Реализация аксиологического подхода в процессе развития межкультурной компетенции студентов вуза: на примере изучения иностранного языка: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01 / Любова Татьяна Васильевна; [место защиты: Татар. гос. гуманитар.-пед. ун-т]. – Казань, 2009. – 18 с.

108. Майерс, Дэвид. Социальная психология / Дэвид Майерс; [пер. с англ. З. Замчук]. – 7-е изд. – М. [и др.]: Питер, 2011. – 793 с. – (Мастера психологии).

109. Максимов, В. И. Русский язык и культура речи: учеб. для студентов вузов / [В.И. Максимов, Н.В. Казаринова, Н.Р. Барабанова и др.]; под ред. В.И. Максимова. – [2-е изд., стереотип.]. – М.: Гардарики, 2004. – 408 с.

110. Мануйлов, Ю. С. Средовой подход в воспитании / Ю.С. Мануйлов; Ун-т Рос. акад. образования. – 2-е изд., перераб. – М.: Нижний Новгород: Ун-т Рос. акад. образования, 2002. – 155 с.

111. Матвеева, Л. В. Психология ведения переговоров: учеб.-метод. пособие / Л.В. Матвеева, Д.М. Деревягина, М.Р. Гараева. – М.: Восток-Запад, 2010. – 127 с.

112. Математический энциклопедический словарь / ред. Ю.В. Прохоров. – М.: Совет. энциклопедия, 1988. – 845 с.

113. Матюшкин, А. М. Проблемные ситуации в мышлении и обучении / А.М. Матюшкин. – М.: Педагогика, 1972. – 206, [2] с.

114. Махмутов, М. И. Проблемное обучение: основные вопросы теории / М.И. Махмутов. – М.: Педагогика, 1975. – 364, [3] с.

115. Медведев, П. Н. Готовность преподавателей вуза к использованию современных средств ИКТ в условиях дистанционного обучения / П.Н. Медведев, Д.В. Малий // Перспективы науки. – 2020. – № 10 (133). – С. 126-131.

116. Мельченкова, Н. В. Формирование готовности студентов-будущих менеджеров к деловому общению: на примере обучения иностранному языку: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08 / Мельченкова Наталья Владимировна; Самар. гос. ун-т. – Самара, 2006. – 20 с.

117. Мерлин, В. С. Личность как предмет психологического исследования: учеб. пособие / В.С. Мерлин; Пермский гос. пед. ин-т. – Пермь: Пермский гос. пед. ин-т. – 1988. – 80 с.

118. Мескон, М. Основы менеджмента / Майкл Х. Мескон, Майкл Альберт, Франклин Хедоури; [пер. с англ. и ред. О. И. Медведь]. - 3-е изд. - М. [и др.]: Вильямс, 2016. – С. 360.

119. Мингазова, Е. Х. Использование кейсов в бизнес-образовании / Е. Х. Мингазова // Научный вестник. – 2004. № 4. – С. 141-143.

120. Мироненко, Е. С. Цифровая образовательная среда: понятие и структура [Электронный ресурс] / Е.С. Мироненко // Социальное пространство. – 2019. – № 4 (21). – Режим доступа: <http://socialarea-journal.ru/article/28318>.

121. Михайлова, Е. А. Кейс и кейс-метод: процесс написания кейса (начало) / Е.А. Михайлова // Маркетинг. – 1999. – № 5. – С. 113–120.

122. Михайлова, Е. А. Кейс и кейс-метод: процесс написания кейса (продолжение) / Е.А. Михайлова // Маркетинг. –1999. – № 6. – С. 117-123.

123. Михалева, О. В. Формирование компетенций у будущих бакалавров в условиях цифровой образовательной среды вуза / О.В. Михалева, Д.А. Зыков // Педагогический журнал. – 2019. – Т. 9. – № 1-1. – С. 178-184.

124. Моисеева, Н. Использование метода «кейс-стади» при обучении менеджеров // Проблемы теории и практики управления. –1995. – № 5. – С. 116–122.

125. Моисеенко, Н. А. Модель информационно-образовательной среды

для формирования информационной культуры будущих инженеров / Н.А. Моисеенко. – Грозный: гос. нефтегаз. ин-т, 2006. – 21 с. – Рук. деп. в ВИНТИ 02.10.2006, № 1186-В2006.

126. Молоткова, Н. В. Методические основы активизации учебно-познавательной деятельности в процессе подготовки менеджеров / Н.В. Молоткова, Г.М. Золотарева // Альманах современной науки и образования. – 2007. – № 4. – С. 143-145.

127. Монахов, В. М. Технологические основы проектирования и конструирования учебного процесса: моногр. / В.М. Монахов; Волгогр. гос. пед. ун-т. – Волгоград: Перемена, 1995. – 152 с.

128. Монахов, В. М. Эволюция взглядов педагогов XIX–XX вв. на перспективу технологизации школьного образования [Электронный ресурс] / В.М. Монахов, С.А. Тихомиров, Т.Л. Трошина // Ярославский педагогический вестник. – 2017. – № 6. – Режим доступа: http://vestnik.yvspu.org/releases/2017_6/07.pdf#:~:text=Авторская%20универсальная%20педагогическая%20технология%20проектирования,широкий%20спектр%20дидактических%20исследовательских%20функций.

129. Мысин, Н. В. Метод «кейсов» («Cause Study») в русской истории: «Углицкое дело» / Н.В. Мысин // Клио. – 2005. – № 2. – С. 25-36.

130. Надеждина, В. Эффективная мотивация персонала. Как добиться максимум результата при минимуме затрат / В. Надеждина. – Минск, 2007. – С. 256.

131. Наумов, А. И. Метод конкретной ситуации в обучении управлению / А.И. Наумов // Менеджмент. – 1996. – № 2. – С. 13-27.

132. Немов, Р. С. Психологический словарь / Р.С. Немов. – М.: ВЛАДОС, 2009. – С. 215.

133. Нефедов, С. А. Опыт моделирования демографически-структурных циклов / С.А. Нефедов, П.В. Турчин // История и математика: макроисторическая динамика общества и государства. – М.: УРСС, 2007. – С. 153–167.

134. Никитина, Е. Ю. Педагогическое управление коммуникативным образованием студентов вузов: перспективные подходы: моногр. / Е.Ю. Никитина, О.Ю. Афанасьева. – М.: МАНПО, 2006. – 154 с.

135. Новик, И. Б. О философских вопросах кибернетического моделирования / И.Б. Новик. – М.: Знание, 1964. – С. 23.

136. Основы теории коммуникации: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности 020300 "Социология" / [М.А. Василик и др.]; под ред. М.А. Василика. – М.: Гардарики, 2006. – 615 с.

137. Официальный интернет-портал правовой информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravo.gov.ru>.

138. Павлова, Л. В. Деятельностный подход к развитию гуманитарной культуры студентов в процессе иноязычного образования в вузе [Электронный ресурс] / Л.В. Павлова // Сибирский педагогический журнал. – 2009. – № 10. – С. 137-144. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=15627208>.

139. Панфилова, А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности: [учеб. пособие] / А.П. Панфилова. – СПб.: Изд-во «Знание», 1999. – 493 с.

140. Панфилова, А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности [Электронный ресурс] / А.П. Панфилова // Бесплатная электронная библиотека. – 2004. – Режим доступа: <https://online-knigi.com/page/225991?page=4>.

141. Парыгин, Б. Д. Социальная психология. Проблемы методологии, истории и теории / Б.Д. Парыгин. – СПб.: Санкт-Петербург. гуманитар.ун-т профсоюзов, 1999. – 592 с.

142. Петровская, Л. А. Компетентность в общении. Социально-психологический тренинг / Л.А. Петровская. – М.: Изд-во МГУ, 1989. – 216 с.

143. Полат, Е. С. Современные педагогические и информационные технологии в системе образования: уч. пособие для студ. высш. учеб. заведений. 3-е изд., стер. / Е.С. Полат, М.Ю. Бухаркина. – М.: Академия, 2010. – 272 с.

144. Полонский, В. М. Словарь по образованию и педагогике / В. М. Полонский. – М.: Высш. шк., 2004. – 512 с., с. 150.

145. Полупан, К. Л. Концептуальные основы проектирования индивидуального образовательного маршрута студента в цифровой образовательной среде университета: автореф. дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.01 / Полупан Ксения Леонидовна; Балт. Федер. ун-т им. Иммануила Канта. – Калининград, 2021. – 43 с.

146. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fgosvo.ru/news/1/1495>.

147. Программа онлайн курса «Решение кейсов: от задачи к презентации проекта заказчику» [Электронный ресурс] // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». – 2020. – Режим доступа: <https://olymp.hse.ru/mirror/pubs/share/324645724>.

148. Прутченков, А. С. Кейс-метод в преподавании экономики в школе [Электронный ресурс] / А.С. Прутченков // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». – 2007. – Режим доступа: https://ecschool.hse.ru/data/2011/04/22/1210966029/22_2007_2.pdf.

149. Психологический словарь / А.Т. Айрапетянц, Я.А. Альтман, П.К. Анохин [и др.]; редкол.: В.В. Давыдов [и др.] – М.: Педагогика, 1983. – 448 с.

150. Пугачева, В. П. Мотивация трудовой деятельности: учеб. пособие / под ред. проф. В.П. Пугачева. – М.: Гардарики, 2008. – 413 с.

151. Росс, Дж. Переговоры в стиле Трампа. Победа в любой сделке / Дж. Росс; [пер. с англ.Е. Колотвина]. – СПб.: Питер, 2009. – 364 с.

152. Рубинштейн, С.Л. Человек и мир / С.Л. Рубинштейн // Методические и теоретические проблемы психологии. – 1969. – С. 348-374.

153. Рубцова, О. Б. Средовой подход к построению воспитательного процесса профессионального лица: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08 / Рубцова Ольга Борисовна; Высш. шк. нар. искусств. – СПб., 2013. – 23 с.

154. Рубцова, О. Б. Средовой подход к построению воспитательного процесса профессионального лица: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08 / Рубцова Ольга Борисовна; [место защиты: Высш. шк. народ. искусств (ин-т)]. – СПб., 2013. – 23 с.

155. Савва, Л. И. Развитие продуктивного общения как фактор развития творческой активности школьников: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01 / Любовь Ивановна Савва. – Челябинск, 1995. – 164 с.

156. Савельев, К. Н. Актуальность «мобильного обучения» в современном высшем образовании / К.Н. Савельев, О.Л. Назарова // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ. – 2018. – № 02. – С. 86-92.

157. Сагатовский, В. Н. Категориальный контекст деятельностного подхода / В.Н. Сагатовский. – М.: Политиздат, 1990. – 366 с.

158. Сбербанк заключил соглашение о предоставлении облачных сервисов Microsoft [Электронный ресурс] // РБК. – 2017. Режим доступа: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/59d5dce59a794756c479122c>.

159. Селевко Г. К. Педагогические технологии на основе дидактического и методического усовершенствования УВП [Электронный ресурс] / Г. К. Селевко. – М.: НИИ Школьных технологий, 2005. – 288 с. – Режим доступа: <http://edu.vspu.ru/doc/groups/107/769/Selevko-G.K.-Pedagogicheskie-tehnologii-na-osnove-didakticheskogo-i-metodicheskogo-usovershenstvovaniya-UVP.pdf>.

160. Сериков, В. В. Образование и личность. Теория и практика проектирования пед. систем: моногр. / В.В. Сериков. – М.: Издательская корпорация «Логос», 1999. – 272 с.

161. Синяева, О. В. Формирование готовности будущего преподавателя иностранного языка к иноязычной коммуникации в условиях поликультурной среды: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08 / Синяева Ольга Викторовна. – Магнитогорск, 2002. – 176 с.

162. Слостенин, В. А. Педагогика: учеб. пособие для студ. высш. учеб.

заведений / В. А. Слостенин. – М.: Академия. – 2004. – 576 с.

163. Сморгочкова, В. П. Формирование коммуникативной культуры социального педагога в системе профессиональной подготовки в вузе: автореф. дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.08 / Сморгочкова Валентина Петровна; Моск. пед. гос. ун-т. – М., 2007. – 46 с.

164. Сорочинский, М. А. Анализ и сущность понятия «цифровая компетентность педагога» / М.А. Сорочинский, С.В. Никулина // Перспективы науки. – 2020. – № 6 (129). – С. 186-188.

165. Сорочинский, М. А. Роль электронного обучения в современной системе обучения / М.А. Сорочинский // Известия Балтийской Государственной Академии рыбопромыслового флота. – 2017. – № 3 (41). – С. 264-271.

166. Статкевич, Е. А. Речевые стратегии и тактики современной радиорекламы / Е.А. Статкевич // Омский научный вестник. – 2011. – № 1. – С. 212-215.

167. Стратегически важные направления исследований авторской научной школы члена-корреспондента РАО В.М. Монахова [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.instrao.ru/images/1Treshka/Nauchnye_shkoli/Monahov/Avtorskaya_shkola_VM_Monakhova_Strategi_191117.pdf.

168. Субъект-средовые взаимодействия: экопсихологический подход к развитию психики: (коллективная моногр.) / под. ред. М.О. Мдивани. – М.: Перо, 2017. – 160 с.

169. Сурмин, Ю. П. Ситуационный анализ или анатомия кейс-метода / Ю.П. Сурмин. – Киев: Центр инноваций и развития, 2002. – 286 с.

170. Толмачева, В. В. Системный подход как общенаучная основа формирования социально-экологической готовности будущих педагогов дошкольной образовательной организации [Электронный ресурс] / В.В. Толмачева // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – 2020. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistemnyy-podhod-kak-obschenauchnaya-osnova-v-formirovanii-sotsialno-ekologicheskoy-gotovnosti->

buduschih-pedagogov-doshkolnoy.

171. Травин, В. В. Менеджмент персонала предприятия / В.В. Травин, В.А. Дятлов. - 5-е изд.– М.: Дело, 2003. – 272 с.

172. Тринитатская, О. Г. Управление развивающей средой инновационного образовательного учреждения: автореф. дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.01 / Тринитатская Ольга Гавриловна; [место защиты: Федер. ин-т развития образования]. – М., 2009. – 49 с.

173. Управление организацией: учеб. для студентов высш. учеб. заведений, обучающихся по специальности "Менеджмент организации" / [Г. Л. Азоев и др.]; под ред. А. Г. Поршнева, З. П. Румянцевой, Н. А. Саломатина; М-во образования Российской Федерации, Гос. ун-т управления. - 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2014. - 734, [1] с.: ил.

174. Управление организацией: учеб. / под. ред. А. Г. Поршнева, З.П. Румянцевой, Н.А. Соломатина. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 669 с.

175. Уткин, Э. А. Антикризисное управление / Э.А. Уткин. - М.: ЭКСМО, 1997. – 400 с.

176. Фатхутдинов, Р. А. Стратегический менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. - М.: Дело, 2007. –445 с.

177. Федоринова, З. В. Использование метода case-study для гуманитаризации образования в техническом вузе / З.В. Федоринова // В мире научных открытий. – 2012. – № 7. – С. 352-363.

178. Федорова, Н.В. Активные и интерактивные методы обучения студентов-маркетологов в СибГАУ: [кейс-метод] / Н.В. Федорова // Инновационная интегрированная система профессионального образования: проблемы и пути развития: материалы: всерос. науч.-метод. конф. (4 февраля 2011, г. Красноярск). – 2011. – С. 225-227.

179. Федорова, Ю. А. Педагогическое сопровождение профессионального самоопределения студентов в условиях реализации дополнительных образовательных программ: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08 / Ю. А Федорова. – Уфа, 2013. – 206 с.

180. Федянин, Н. Чем «кейс» отличается от чемоданчика? / Н. Федянин, В. Давиденко // Образование за рубежом. – 2000. – № 7. – С. 52-56.

181. Фетискин, Н. П. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп / Н.П. Фетискин, В.В. Козлов, Г.М. Майнулов. – М.: Изд-во Института Психотерапии, 2002. – 490 с.

182. Филиппов, А. В. Ситуация как элемент психологического тезауруса / А.В. Филиппов, С.В. Ковалев // Психологический журнал. - 1986. – Т. 7. – № 1. – С. 14-21.

183. Филиппова, А. Р. Формирование аргументативных умений у детей старшего дошкольного возраста при ознакомлении с природой: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02 / Филиппова Аксана Равильевна; [место защиты: Южно.-Урал. гос. гуманитар.-пед. ун-т]. – Челябинск, 2017. – 24 с.

184. Филонова, В. В. Методика развития межкультурных умений студентов на основе кейс-метода: английский язык, направление подготовки «лингвистика»: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02 / В.В. Филонова. – М., 2013. – 25 с.

185. Философский словарь [Электронный ресурс] / под ред. И. Т. Фролова; сост.: П.П. Апрышко, А.П. Поляков, Ю.Н. Солодухин. – М.: Республика, 2009. – 846 с. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=20052579>.

186. Флиивберг, Б. Кейс-стади в контексте качественно-количественной проблематики / Б. Флиивберг // Социологические исследования. – 2004. – № 9. – С. 15-19.

187. Флиивберг, Б. О недоразумениях, связанных с кейс-стади / Б. Флиивберг // Социологические исследования. – 2005. – № 4. – С. 110-120.

188. Флиивберг, Б. Рациональность и власть: еще раз о кейс-стади / Б. Флиивберг // Социологические исследования. – 2007. – № 1. – С. 62-70.

189. Фролов, И. Т. Философский словарь / И.Т. Фролов. – Текст: электронный // Электронная библиотека материалов по логике, занимательной науке и нестандартному мышлению. – 2021. – Режим доступа: <http://logic->

books.info/sites/default/files/frolov._filosofskiy_slovar.pdf.

190. Фуколова, Ю. Бизнес на чужом опыте [Электронный ресурс] /Ю. Фуколова // Секрет фирмы – 2008. – Режим доступа: <http://kommersant.ru/doc/894956>.

191. Фурс, М. В. Интерактивные формы обучения – средство повышения уровня профессиональной подготовки студентов / М.В. Фурс // Alma mater. – 2011. – № 10. – С. 29-33.

192. Хазова, С. А. Антиципация как детерминант профессионального и личностного развития специалиста / С. А. Хазова, С. Н. Бегидова, Р. А. Ахтаов // Научнометодический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 17. – С. 28–36. – Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2017/870014.htm>.

193. Харланова, Е. М. Субъектно-средовой подход как теоретико-методологическая стратегия исследования развития социальной активности будущих специалистов / Е.М. Харланова // Мир науки, культуры, образования. – 2009. – № 6 (18). – С. 134-137.

194. Хекхаузен, Х. Мотивация и деятельность / Х. Хекхаузен. – М.: Мир, 1986. – Т. 1. – 450 с.

195. Херрид, К. Ф. Кейсовое обучение в науке / К.Ф. Херрид // Школьные технологии. – 2007. – № 6. – С. 112-116.

196. Холлендер, М. Непараметрические методы статистики / М. Холлендер, Д. Вулф. М.: Финансы и статистика, 1983. - 158 с.

197. Хрящева, Н. Ю. Деловое общение руководителя / Н.Ю. Хрящева. – Л.: Знание, 1990. – 14 с.

198. Хуторской, А. В. Методика личностно-ориентированного обучения. Как обучать всех по-разному?: пособие для учителя / А.В. Хуторской. – М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2005. – 383 с.

199. Хуторской, А. В. Системно-деятельностный подход в обучении. Научно-методическое пособие / А.В. Хуторской - М.: Изд-во «Эйдос», Изд-во Института образования человека, 2012. – 63 с.

200. Царев, В. Преимущества дистанционного обучения / В. Царев // Высшее образование в России. - 2000. - № 4. – С. 124-126.

201. Царькова, Е. А. Компетентность в контексте модернизации профобразования / Е.А. Царькова // Профессиональное образование. – 2004. – № 6. – С. 72–76.

202. Цатурова И. А. Тестирование устной коммуникации / И.А. Цатурова. – М.: Высшая школа, 2004. – 126 с.

203. Цукерман, Г. А. Психология саморазвития / Г.А. Цукерман, Б.М. Мастеров. М.: Интерпакс, 1995. – 288 с.

204. Чапаев, Н. К. Теоретико-методологические основы педагогической интеграции: автореф... д-ра пед. наук: 13.00.01 / Н.К. Чапаев. – Екатеринбург, 1998. – 37 с.

205. Чекулаева, Н. Я. Основы проектирования интегративного курса «Деловое общение с зарубежным партнером»: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01 / Чекулаева Наталия Яковлевна. – Сочи, 1996. – 178 с.

206. Черниченко, В. И. Дидактика высшей школы: История и современные проблемы / В.И. Черниченко. – М: Вузовская книга, 2002. – 136с.

207. Черноморченко, С. И. Инновационные методы работы преподавателя-куратора студенческой группы в высшем учебном заведении / С.И. Черноморченко // Вестн. ЛГУ им. А.С. Пушкина. – Т. 3. Педагогика. - 2013. – № 4. – С. 107-117.

208. Черноморченко, С. И. Инновационные технологии формирования креативности в процессе преподавания «Теории менеджмента» // Инновации в науке: материалы XI междунар. заочн. науч.-практ. конф., 15 авг. 2012 г. / под ред. Я.А. Полонского. – Новосибирск: СибАК, 2012. – С. 87–93.

209. Черноморченко, С. И. Использование инновационных технологий в переподготовке муниципальных служащих // Вестн. ЛГУ им. А.С.Пушкина. – Т. 3. Педагогика. – 2012. – № 1. – С. 141–146.

210. Черноморченко, С. И. Роль инновационных технологий в формировании творческой активности студентов направления «Менеджмент» //

Инновации в науке: материалы X междунар. заочн. науч.-практ. конф., 22 мая 2012 г. / под ред. Я.А. Полонского. – Новосибирск: СибАК, 2012. – С. 89–97.

211. Черри, К. Человек и информация / К. Черри. – М.: Мир, 1999. – 368 с.

212. Чошанов, М. А. Гибкая технология проблемно-модульного обучения: метод. пособие / М.А. Чошанов. – М., 1996. – 160 с.

213. Чугунова, Э. С. Связь профессиональной мотивации и творческой активности инженеров [Электронный ресурс] / Э.С. Чугунова // Вопросы психологии. – 1986. – № 1. – С. 13–17. – Режим доступа: <http://www.voppsy.ru/issues/1986/864/864136.htm>.

214. Чудновский, В. Э. Нравственная устойчивость личности / В.Э. Чудновский. – М.: Педагогика, 1981. – 208 с.

215. Чудновский, В. Э. Становление личности и проблема смысла жизни: избранные труды / В.Э. Чудновский. – М.: МСПИ; Воронеж: МОДЭК, 2006. – 768 с.

216. Чупина, В. А. Акмеологическое значение личностно-профессионального потенциала / В.А. Чупина // Акмеология профессионального 206 образования: сб. материалов 14-й междунар. науч.-практ. конф. – Екатеринбург: РГППУ, 2018. – С. 51–55.

217. Шадриков, В. Д. Новая модель специалиста: инновационная подготовка и компетентностный подход / В.Д. Шадриков // Высшее образование сегодня. – 2004. – № 8. – С. 26–31.

218. Шакуров, Р. Х. Социально-психологические основы управления: руководитель и педагогический коллектив / Р.Х. Шакуров. – М.: Педагогика, 1990. – 206 с.

219. Шамаева, В. С. Рефлексия как условие профессионального самосовершенствования студентов психологов [Электронный ресурс] / В.С. Шамаева, И.К. Васильева // Материалы VII Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум». – Режим доступа: <https://scienceforum.ru/2015/article/2015013509>.

220. Шамис, В. А. Применение кейс-метода в учебном процессе ВУЗа // Гуманитарные научные исследования. – 2016. – № 3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://human.snauka.ru/2016/03/14509>.

221. Шамис, В. А. Активные методы обучения в вузе / В.А. Шамис // Сибирский торгово-экономический журнал. – 2011. – № 14. – С. 136-144.

222. Шаронова, Г. В. Об использовании метода «case–study» в преподавании экономических дисциплин. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sibac.info/conf/pedagog/vii/36717>.

223. Шарухин, А. П. Психология делового общения: учеб. для студентов высш. учеб. заведений, обучающихся по направлениям подготовки "Туризм" и "Гостиничное дело" / А. П. Шарухин, А. М. Орлов. – М.: Академия, 2012. – 239, [1] с.

224. Шацкий, С. Т. Избранные педагогические сочинения / С.Т. Шацкий. – М.: Учпедгиз, 1958. – 432 с.

225. Шевченко, С. С. Использование кейс-ситуации в учебном процессе бизнес-образования / С.С. Шевченко // Современные аспекты экономики. – 2004. – № 8. – С. 222-223.

226. Шейнов, В. П. Искусство убеждать / В. П. Шейнов. – М.: ЗАО Книга-сервис, 2002. – 304 с.

227. Шекшня, С. В. Управление персоналом современной организации: учеб.-практ. пособие / С. В. Шекшня. М.: Бизнес-школа «Интел-Синтез», 1997. – 268 с.

228. Шемятихина Л. Ю. Образование менеджеров: проблемы качества подготовки/ Л.Ю. Шемятихина // Преподаватель высшей школы в XXI веке: Труды Международ, науч.-практ. Интернет – конф. Сб. 4. Ростов н/Д; Рост.гос.ун-т путей сообщения, 2006. – 323с.

229. Шепель, В. М. Путь к успеху / В.М. Шепель // Теоретический и научнометодический журнал Министерства Образования Российской Федерации. – 1995. – № 2. – С. 23-29.

230. Шепель, В. М. Имиджелогия: Секреты личного обаяния /

В.М. Шепель. – М.: Фильнь, 2007. – 325 с.

231. Шепель, В. М. Профессия имиджмейкер / В.М. Шепель. – Ростов н/Д.: Феникс, 2008. – 523 с. .

232. Шермазанова, С. В. Использование кейс-технологии при обучении иностранным языкам [Электронный ресурс] / С.В. Шермазанова // Научная электронная библиотека e-LIBRARY.RU. – 2015. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=25314144&>.

233. Шимутина, Е. В. Кейс – технологии в учебном процессе / Е. В. Шимутина // Народное образование. – 2009. – № 2. – С. 172-179.

234. Шиповская, Л. П. Человек и его потребности: учеб. пособие для студ. высш. учеб. завед., обучающихся по специальностям 100101 «Сервис», 100103 «Социально-культурный сервис и туризм», 100110 «Домоведение» (цикл общепрофессиональных дисциплин) / Л.П. Шиповская. – М.: Альфа-М., ИНФРА-М, 2008. – 431 с.

235. Шишов, С. Е. Компетентностный подход к образованию: прихоть или необходимость / С. Е. Шишов, И. Г. Агапов // Стандарты и мониторинг в образовании. – 2002. – № 3. – С. 88-93.

236. Шиянов, Е. Н. Развитие личности в обучении: учеб. пособие для студ. пед. вузов / Е. Н. Шиянов, И. Б. Котова. – М.: Изд. центр «Академия», 1999. – 288 с.

237. Шматков, М. Н. Философские аспекты обеспечения качества подготовки специалистов-гуманитариев в условиях модульной образовательной технологии / М.Н. Шматков // Философия образования. – 2006. – Спецвып. – № 1. – С. 293-299.

238. Штофф, В. А. Введение в методологию научного познания/ В.А. Штофф. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1972. – 192 с.

239. Штофф, В. А. Роль моделей в познании / В.А. Штофф. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1963. – 128 с.

240. Щедровицкий, Г. П. Коммуникация, деятельность, рефлексия/ Г.П. Щедровицкий // Исследования речемыслительной деятельности: Сб.

ст./Отв. ред. М.М. Муканов. Сер. Психология. – Алма-Ата, 1974. – Вып. 3. – С. 32-36.

241. Щедровицкий, Г. П. Мышление – Понимание – Рефлексия / Г.П. Щедровицкий. – М.: Наследие ММК, 2005. – 800 с.

242. Щепкина, Е. В. Мотивация студентов на получение высшего образования (социологический аспект): автореф. дис. ... канд. соц. наук: 22.00.06 / Е. В. Щепкина. – М., 1996. – 17 с.

243. Щербаков, А. И. О методологии и методике изучения психологии труда и личности учителя / А. И. Щербаков // Психология личности и труда учителя: сб. науч. тр. / под ред. А. И. Щербакова. – Л.– 1976. – Вып. 1.– С. 3-29.

244. Щербакова, И. А. Определение индивидуальной траектории профессиональной подготовки как эффективное условие педагогического сопровождения студентов технического колледжа [Электронный ресурс] / И. А. Щербакова // Современные наукоемкие технологии (педагогические науки). – 2016. – № 3. – С. 211–215. – Режим доступа: <https://toptechnologies.ru/ru/article/view?id=35723>.

245. Щербакова, И. А. Практико-ориентированное содержание учебного материала как средство повышения качества профессиональной подготовки студентов колледжа [Электронный ресурс] / И. А. Щербакова // Научное мнение. – 2016. – № 6–7. – С. 166–169. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=26024408>.

246. Щербакова, И. А. Субъект-субъектное взаимодействие как средство повышения эффективности профессиональной подготовки студентов колледжа / И. А. Щербакова // Современные наукоемкие технологии (педагогические науки). – 2016. – № 8. – С. 168-173.

247. Щербакова, И. А. Педагогическое сопровождение как средство эффективной подготовки студентов [Электронный ресурс] / И.А. Щербакова, Н. Я. Сайгушев, О. А. Веденеева // Мир науки. – 2018. – № 6. – Режим доступа: <https://mirnauki.com/106PDMN618.html>.

248. Щуркова, Н. Е. Практикум по педагогической технологии / Н.Е. Щуркова. – М., 1998. – 249 с.

249. Эйтвин, Г. Имидж современного мужчины / Г. Эйтвин, О. Бриза. – М.: Рипол Классик, 2001. – 382 с.

250. Экман, П. Психология лжи / П. Экман. – СПб: Питер, 2015. – 304 с.

251. Электронный кейс как инструмент методического сопровождения педагога: из опыта работы региональной инновационной площадки департамента образования Ярославской области в 2012 году [Электронный ресурс] / под ред. О. Б. Модулиной; Департамент образования администрации городского округа город Рыбинск. – Рыбинск: Информационно-образовательный Центр, 2012. – 18 с. – Режим доступа: http://ioc.rybadm.ru/project/el_case.pdf.

252. Электронно-образовательная информационная среда // Сургутский государственный педагогический университет. – Режим доступа: <https://www.surgpu.ru/sveden/objects/elektronnaya-informacionno-obrazovatel'naya-sreda/>.

253. Энциклопедический словарь [Электронный ресурс] / под ред. И.Е. Андреевского; издат. Ф.А. Брокгауз, И.А. Ефрон. – СПб., 1890-1907. – Режим доступа: <https://runivers.ru/lib/book3182/>.

254. Эрганова, Н. Е. Методика профессионального обучения: учеб. пособие / Н.Е. Эрганова. – Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2003. – 149 с.

255. Эрганова, Н. Е. Основы методики профессионального обучения: учеб. пособие / Н.Е. Эрганова. – М.: Акад. проф. образования, 2002. – 37 с.

256. Юдин, Э. Г. Методология науки. Системность. Деятельность / Э.Г. Юдин. – М.: Эдиториал УРСС, 1997. – 444 с.

257. Юлдашев, З. Ю. Инновационные методы обучения: Особенности дистанционного метода обучения и способы его применения [Электронный ресурс]: учеб. пособие / З.Ю. Юлдашев, Ш.И. Бобохужаев. – Ташкент: IQTISOD-MOLIYA, 2006. – 180 с. – Режим доступа:

[https://landt.okis.r/file/landt/case%20study%20method%20\(book\).pdf](https://landt.okis.r/file/landt/case%20study%20method%20(book).pdf).

258. Юри, Р. Путь к согласию, или Переговоры без поражения [Электронный ресурс] / Р. Фишер, У. Юри // *Завтрашний адвокат*. – Світ, 2001. – Режим доступа: <http://tomorrowlawyer.org/wp-content/uploads/2017/07/Getting-to-Yes.pdf>.

259. Ядов, В. А. Социологическое исследование: методология, программа, методы / В.А. Ядов. – М.: Наука, 1987. – 248 с.

260. Яковлев, Е. В. Педагогическая концепция: методологические аспекты построения / Е.В. Яковлев, Н.О. Яковлева. – М.: ВЛАДОС, 2006. – 239 с.

261. Яковлев, Е. В. Педагогическое исследование: содержание и представление результатов / Е.В. Яковлев, Н.О. Яковлева. – Челябинск: Изд-во РБИУ, 2010. – 317 с.

262. Яковлев Е. В. Педагогическое исследование: содержание и представление результатов / Е.В. Яковлев, Н.О. Яковлева. – Челябинск: Изд-во РБИУ, 2010. – 316 с.

263. Яковлев, Е. В. Педагогическая концепция: методологические аспекты построения / Е.В. Яковлев, Н.О. Яковлева. – М.: Гуман. изд-во ВЛАДОС, 2005. – 239 с.

264. Яковлев, Е. В. Педагогическое исследование: содержание и представление результатов [Электронный ресурс] / Е.В. Яковлев, Н.О. Яковлева // *Электронная библиотечная система ЮУрГПУ*. – 2010. – Режим доступа: <http://elib.cspu.ru/xmlui/bitstream/handle/123456789/278/%20%20%20.%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%202010.pdf?sequence=1>.

265. Яковлев, Е. В. Аксиологический подход в педагогическом исследовании: сущность, значение, проблемы реализации / Е.В. Яковлев, Н.О. Яковлева // *Философские проблемы в образовании*. – 2010. – № 3. – С. 85-92.

266. Яковлева, Н. О. Концепция педагогического проектирования: методологические аспекты: моногр. / Н.О. Яковлева. – М.: Информационно-издательский центр АТиСО, 2002. – 194 с.

267. Якунин В. Н. Современные направления инновационного развития вуза // Балтийский гуманитарный журнал. – 2015. – № 3 (12). – С. 78-83.

268. Якупов, П. В. Коммуникация: определение, понятия, виды коммуникации и ее барьеры [Электронный ресурс] / П.В. Якупов // Вестник университета. – 2016. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikatsiya-opredelenie-ponyatiya-vidy-kommunikatsii-i-ee-bariery>.

269. Янг, С. Системное управление организацией / С. Янг. – М., 1972. – 355 с.

270. Янтыкова, А. М. Кейс-метод коллективного анализа ситуации: методический семинар / А.М. Янтыкова. – М.: Высшая школа, 2010. – 195 с.

271. Ясвин, В. А. Исследование образовательной среды в отечественной психологии: от методологических дискуссий к эмпирическим результатам / В.А. Ясвин // Известия Саратовского университета. Новая серия. Философия. Психология. Педагогика. – 2018. – Т. 18. – № 1. – С. 80–90.

272. Ясвин, В. А. Образовательная сфера: от моделирования к проектированию / В.А. Ясвин. – М.: Смысл, 2001. – 365 с.

273. Ясвин, В. А. Эмпирические исследования образовательных сред / В.А. Ясвин // Гуманизация образовательного пространства: сб. тр. конф. – М., 2016. – С. 226–232.

274. Ясюкова, Л. А. Социально-психологическая готовность студентов к профессиональной деятельности / Л.А. Ясюкова // Высшая школа на современном этапе: материалы междунар. науч.-практ. конф.: в 2-х т. – М.; Ярославль, 2005. – Т. 1. – С. 53–60.

275. Altbach P.G. Trends in global higher education: tracking an academic revolution: a report prepared for the UNESCO 2009 World Conference on Higher Education / P.G. Altbach, L. Reisberg, L.E. Rumbley. – Paris, 2009. – 246 p.

276. Barnes L.B. Teaching and the Case Method: text, cases, and readings / L.B. Barnes, R.C. Christensen, A.J. Hansen. – 3d ed. – Boston: Harvard Business School Press, 1994. – 333 p.

277. Bennett A. Case study: Methods and analysis. *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences* (Elsevier, The Netherlands), 2001, pp. 1513–1519.

278. Boehrer J. On Teaching a Case. *International Studies Notes*. – Vol. 19. – № 2. – 1994. – P. 14–20.

279. Burgoyne J. Learning from the Case Method: a report to the European Case Clearing House [Electronic resource] / J. Burgoyne, A. Mumford. – Electronic data. – [S. l.], 2001. – 92 p. – Access mode: <https://www.thecasecentre.org/files/downloads/research/RP0301M.pdf>.

280. Cameron A. The live teaching case: a new IS method and its application / A. Cameron, M. Trudel, R. Titah, P. Leger, P. Blakey // *Journal of Information Technology Education*. – 2012. – Vol. 11. – P. 27-42.

281. Case studies in business planning / Bill Richardson [et al.]. – 2nd ed. – Pitman, 1992. – x, 190p.

282. Charles I. Gragg. *The Case Method at the Harvard Business School*. New York: McGraw - Hill Company, Inc., 1954, p.6

283. Derek Abell, What Makes a Good Case? Autumn 1997. - 222 p.

284. Dul J., Hak T. *Case study methodology in business research*. I.: Routledge. - 2007. - 302 p.

285. Erskine J.A. *Writing cases* / J.A. Erskine, M.R. Leenders, L.A. Mauffette-Leenders. – 4th ed. – Ontario: Richard Ivey School of Business, University of Western Ontario – 190 p.

286. *Exploiting Internet Case Studies and Simulation Templates for Language Teaching and Learning* [Electronic resource]: a handbook / ed. by: 135 J. Fischer, M.T. Musacchio, A. Standring. – Electronic data. – Göttingen, 2006. – 70 p. – Access mode: http://www.zess.unigoettingen.de/explics/admin/docs/EXPLICS_handbook_EN.pdf.

287. Fischer J. *Case Studies in University Language Teaching and the CEF* / J. Fischer. – Helsinki: University of Helsinki Language Centre, 2005. – 26 p.

288. Foran J. The case method and the interactive classroom // *Thought and*

Action. – 2001. – Т. 19. – №. 1

289. Gerring J. Case study research: principles and practices. Cambridge University Press. - 2006. - 278 p.

290. Gibbs, G. Learning by Doing. A Guide to Teaching and Learning Methods [Electronic resource] // University of Cumbria. – 2020. - Access mode: <http://www.cumbria.ac.uk/Public/LISS/Documents/skillsatcumbria/Reflective Cycle Gibbs.pdf>.

291. Golich V., Boyer M., Franko P., Lamy S. The ABCs of Case Teaching. Institute for the Study of Diplomacy Edmund A. Walsh School of Foreign Service Georgetown University, 2000. – P. 1.

292. HyperMethod [Electronic resource]: программный продукт. – СПб.; М., 1990. – Access mode: <https://hypermethod.ru/ru>.

293. InSyncNow [Electronic resource]. – 2021. – Access mode: <https://start.insyncnow.com>.

294. Jennings, M. Business ethics: case studies and selected readings / Marianne Moody Jennings. – International ed., 5th ed. – Mason, Ohio: Thomson South-Western, 2006. – xx, 598 p.

295. Katzenbach, Jon R. The Wisdom of Teams / Jon R. Katzenbach, D. K. Smith. – N.-Y., 2003. – 238 p.

296. Kawolich, B. Learning from action evaluation of the use of multimedia case studies in management information systems courses // Journal of STEM Education. – 2011. – Vol. 12, Issue 7 and 8 (Special edition). – P. 57-71.

297. Kenneth Erdmann Go to market faster with better, safer products/services [Electronic resource] // Clarivate Analytics. – 2020. – Access mode: <https://clarivate.ru/specialty/standards-management/>.

298. Lawrens Paul. The Case Method of Teaching Human Relations and Administration. Cambridge: Harvard University Press, 1953. - 265 p.

299. Mann, R. A. Review of the Relationship Between Personality and Performance in Small Groups / R. A. Mann // Psychological Bulletin. – Vol. 56. – 1979. – P. 241–270.

300. Monica, M.A Multivariate method for analyzing and improving the use of student evaluation of teaching questionnaires: a case study / Martinez-Gomez Monica, Jose Jabaloves, Jose Sierra, Manuel Zarzo // Quality and Quantity. – 2011. – Vol. 45, Issue 6. – P. 1415-1427.

301. Merseth K.K. Cases and Case Methods in Teacher Education // The Handbook of Research on Teacher / ed. by J. Sikula. – 2nd ed. – Harvard, 1996. – P.722-722.

302. Merseth K.K. The early history of case-based instruction: insights // Journal of Teacher Education. – 1991. – Vol. 42. – № 4. – P. 243-249.

303. Microsoft Teams [Electronic resource]. – 2021. – Access mode: <https://www.microsoft.com/ru-ru/microsoft-teams/teams-for-work?market=ru>.

304. Millrood R.P. Discourse for Teaching Purposes // Research Methodology: Discourse in Teaching A Foreign Language. – Tambov, 2002. – P. 23-30

305. Pablo Laboreo How to Conduct Brand Research – Practical Guide with a Case Study [Electronic resource] // UX studio. - 2020. - Access mode: <https://uxstudioteam.com/ux-blog/how-to-conduct-brand-research/>.

306. Porter L., McKibbin L. Management education and development: drift or thrust into the XXI century. N.Y.: Mc Graw - Hill, 1988. - 366 p.

307. Pitt, L. View from practice. The case for cases: writing and teaching cases for the emerging economies / L. Pitt, R. Watson // Information Technology for Development. – 2011. – Vol. 17, No. 4. – P. 319-326.

308. Shama Hyder Growing An Online Brand Through Retail Partnerships: A Case Study With The Gold Gods [Electronic resource] // Forbes. – 2020. – Access mode: <https://www.forbes.com/sites/shamahyder/2020/12/04/growing-an-online-brand-through-retail-partnerships-a-case-study-with-the-gold-gods/?sh=75c025214c40>.

309. Start with a story: the Case Study method of teaching college science / ed. by C.F. Herried. – Arlington: NSTA press, 2007. – 466 p.

310. Sykes, G. Learning to Teach with Cases / G. Sykes // Journal of Policy

Analysis and Management. – 1990. Vol. 9. – No 2. – Pp. 297– 302.

311. The Real-Time Case Method: Description and Analysis of the First Implementation / C. Kilbane, J. Theroux, J. Sulej, B. Bisson, D. Hay, D. Boyer // Innovative Higher Education. – 2004. – Vol. 29. – № 2. – P. 121-135.

312. Zaidah Zainal Case study as a research method [Electronic resource] // ResearchGate. – 2020. – Access mode: https://www.researchgate.net/publication/41822817_Case_study_as_a_research_method.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Описание видов кейсов

Вид кейсов	Описание
структурированный (highly structured) кейс	минимум информации; для решения применяют определенную модель или формулу; у таких задач существует оптимальное решение
«маленькие наброски» (short vignettes)	содержат 1–10 страниц текста и 1–2 страницы приложений; они знакомят с ключевыми понятиями; при разборе надо опираться на свои знания
большие неструктурированные «кейсы» (long unstructured cases):	объемом до 50 страниц – самые сложные; информация в них очень подробная, в том числе и ненужная, а необходимая может и отсутствовать
«первооткрывательские кейсы» (ground breaking cases)	разбирающий должен предложить новое решение. В зависимости от поставленных задач кейсовые пакеты можно классифицировать следующим образом: 34 – вводный кейс – сведения о наличии проблемы, ситуации, явления; – информационный – объем знаний о какой-либо проблеме, изложенный с той или иной степенью детальности
стратегический	развитие умения анализировать среду в условиях неопределенности и решать комплексные проблемы со скрытыми детерминантами
исследовательский	представление результатов анализа ситуации в форме изложения
тренинговый	направлен на упрочение и более полное усвоение уже использованных ранее инструментов и навыков – технических, логических и т. п.

Диагностические методики**Примерные вопросы теста для выявления уровней сформированности когнитивного критерия готовности менеджеров к деловой коммуникации****Тест № 1**

Цель: оценить полноту знаний о месте деловой коммуникации в профессии менеджера

1. Документ, который создается специалистами по управлению персоналом на предприятиях с целью соблюдения норм этики делового общения:

- А. Кодекс корпоративной этики
- Б. Нефинансовая отчетность предприятия
- В. Стратегия кадрового роста
- Г. Должностная инструкция специалиста

2. Специалисты, которые проводят деловые переговоры на предприятиях с партнерами в РФ

- А. Специалист планово-экономического отдела
- Б. Специалист по управлению персоналом
- В. Специалист по охране труда
- Г. Специалист по социальной работе

3. Дополните предложение. Телефонные переговоры являются...

- А. Неотъемлемой частью работы специалиста по управлению персоналом
- Б. Является необязательным к исполнению специалистом по управлению персоналом
- В. Неотъемлемой частью работы других специалистов, а не специалистов по управлению персоналом
- Г. Видом делового общения

4. Дополните предложение. Дисциплинарные беседы с подчиненными сотрудниками являются...

- А. Неотъемлемой частью работы специалиста по управлению персоналом

Б. Является необязательным к исполнению специалистом по управлению персоналом

В. Неотъемлемой частью работы других специалистов, а не специалистов по управлению персоналом

Г. Видом делового общения

5. Дополните предложение. Специалист по управлению персоналом в деловом общении с коллегами руководствуется...

А. Результатами деятельности коллег

Б. Нормами этики делового общения

В. Собственным мнением

Г. Принципами кадровой политики предприятия

6. Какие типовые роли могут играть руководители (менеджеры) согласно теории Г. Минцберга?

А. Оратор

Б. Помощник

В. Наблюдатель

Г. Связующее звено

Интерпретация результатов теста

Процент правильных ответов на тестовые задания	0-66	67-86	87-100
Уровень	критический	достаточный	Оптимальный
Значение по шкале	1	2	3

Тест № 2

Цель: оценить полноту знаний о сущности эффективной деловой коммуникации

1. Основная цель организации, необходимая для осуществления деловой коммуникации на предприятии

А. Стратегия

Б. Миссия

В. Потребность в финансовых средствах;

Г. Деловая среда

2. Концепция, в соответствии с которой организации учитывают интересы общества, возлагая на себя ответственность за влияние их деятельности на фирмы и прочие заинтересованные стороны общественной сферы

А. Корпоративная социальная ответственность

Б. Нефинансовая отчетность

В. Социальное развитие трудовых коллективов

Г. Коллегиальная ответственность

3. К видам деловой беседы относят

А. Беседа при приеме и увольнении с работы

Б. Дисциплинарные беседы

В. Телефонные разговоры между сотрудниками вне рабочее время

Г. Психологические тренинги

4. Этапы деловой беседы

А. Начало; передача информации (изложение своей позиции) и аргументирование; выслушивание доводов собеседника и реакция на них; принятие решений.

Б. Приветствие; передача информации; ответ; наказание или стимулирование

В. Начало; изложение своей позиции; аргументирование

Г. Приветствие; передача информации (изложение своей позиции); выслушивание доводов собеседника; принятие решений.

5. Комплекс норм поведения, выработанных многолетней международной практикой делового общения

А. Деловой этикет

Б. Деловая коммуникация

В. Правила поведения

Г. Стиль общения

6. Служебное письмо представляет собой

А. Сведения о чем-нибудь, полученные в ответ на запрос документ, адресованный руководству, в котором излагается какой-либо вопрос с выводами и предложениями составителя

Б. Обобщенное название различных по содержанию документов, выделяемых в связи с особым способом передачи текста

В. Вид документооборота в организации

Г. Стиль общения

7. Набор правил и норм при взаимодействии с деловым партнером по телефону

А. Деловой этикет

Б. Телефонный этикет

В. Стиль руководства в организации

Г. Распорядок дня

8. Какое из утверждений является верным?

А. Этикет телефонного разговора требует длительного обстоятельного обсуждения проблемы

Б. Младший по возрасту или служебному положению должен заканчивать разговор раньше старшего

В. В деловом общении следует отказаться от нейтральных отзывов («Да», «Алло», «Слушаю») и заменить их информативными

Г. Звонящему по деловому вопросу не обязательно здороваться

9. Требования к подготовке к телефонному разговору

А. Подготовить необходимые документы, а также ручку и блокнот для записей

Б. Продумать личные вопросы к собеседнику

В. Подготовить учебное пособие по дисциплине «Деловое общение»

Г. Все вышеперечисленное верно

10. Деловое общение с целью достижения совместного решения

А. Переговоры

Б. Обсуждения

В. Семинары

Г. Советы

11. Какие проявления из перечисленных ниже позволяют сделать вывод о том, что проводимое совещание эффективно?

А. Обсуждаются пути решения задачи/проблемы

Б. Высказываются претензии к основному докладчику

В. Выносятся конкретные предложения

Г. В высказываниях участников часто можно обнаружить частицу «нет» либо «не»

Интерпретация результатов теста

Процент правильных ответов на тестовые задания	0-66	67-86	87-100
Уровень	критический	достаточный	Оптимальный

Тест № 3

Цель: оценить полноту знаний о коммуникативных тактиках и стратегиях в разных видах делового общения (деловой беседе, переговорах, совещании и др.)

1. Дополните предложение. Постановка и разработка программы действий для достижения главной цели делового общения – это ...

А. Стратегия делового общения

Б. Тактика делового общения

В. Планирование делового общения

2. Результаты стратегических коммуникаций

А. Договорённость сторон

Б. Заключение долговременных соглашений

В. Личная договоренность между деловыми партнерами

Г. Заключение разовых соглашений

3. Набор конкретных действий из намеченной стратегической программы, которая совершается в определённом порядке и в определённые сроки для достижения промежуточных целей или решения поэтапных задач делового общения

А. Стратегия делового общения

Б. Тактика делового общения

В. Планирование делового общения

4.1. Тактика "приведения примера" – это ...

А. Тактика, в которой используются такие выражения, как: «вот например», «например, в прошлом месяце», которые позволяют привести собеседнику конкретные примеры

Б. Тактика, применяемая в момент формирования первого впечатления, поскольку феномен первого впечатления определяет дальнейшее развитие процесса коммуникации

В. Тактика влечет за собой определенную, ожидаемую реакцию, примется для подготовки слушателей к конструктивному выводу, для определения более четкой собственной позиции.

4.2. Тактика «положительная самопрезентация» – это ...

А. Тактика, в которой используются такие выражения, как: «вот например», «например, в прошлом месяце», которые позволяют привести собеседнику конкретные примеры

Б. Тактика, применяемая в момент формирования первого впечатления, поскольку феномен первого впечатления определяет дальнейшее развитие процесса коммуникации

В. Тактика влечет за собой определенную, ожидаемую реакцию, примется для подготовки слушателей к конструктивному выводу, для определения более четкой собственной позиции.

4.3. Тактика «провокации» – это ...

А. Тактика, в которой используются такие выражения, как: «вот например», «например, в прошлом месяце», которые позволяют привести собеседнику конкретные примеры

Б. Тактика, применяемая в момент формирования первого впечатления, поскольку феномен первого впечатления определяет дальнейшее развитие процесса коммуникации

В. Тактика влечет за собой определенную, ожидаемую реакцию, примется для подготовки слушателей к конструктивному выводу, для определения более четкой собственной позиции.

5. Коммуникационные техники, использующиеся в деловом общении

А. Техника активного слушания

Б. Техника постановки вопросов

В. Аргументации и контраргументации

Г. Техника возвышения над партнером

6. В организации решается вопрос о выборе места проведения переговоров. Каждый из участников вносит свои предложения. Сотрудник говорит: «Давайте проведем переговоры в конференц-зале?» Определите вид вопросов, используемые из техники постановки вопросов.

А. Закрытые вопросы

Б. Открытые вопросы

В. Уточняющие вопросы

Г. Зеркальные вопросы

Д. Эстафетные вопросы

Е. Риторические вопросы

7. В организации решается вопрос о выборе места проведения переговоров. Каждый из участников вносит свои предложения. Сотрудник 1 говорит: «У нас есть множество вариантов мест проведения деловых переговоров, но многие из них не соответствуют заявленным требованиям». Сотрудник 2 говорит: «Этим вы хотите сказать, что нужно тщательно подойти к выбору места проведения

мероприятия?» Определите вид вопросов, используемые из техники постановки вопросов сотрудником 2.

- А. Закрытые вопросы
- Б. Открытые вопросы
- В. Уточняющие вопросы
- Г. Зеркальные вопросы
- Д. Эстафетные вопросы
- Е. Риторические вопросы

8. В организации решается вопрос о выборе места проведения переговоров. Каждый из участников вносит свои предложения. Сотрудник 1 говорит: «У нас есть множество вариантов мест проведения деловых переговоров, но многие из них не соответствуют заявленным требованиям». Сотрудник 2 говорит: «А можно ли выбрать идеальное место для проведения переговоров?» Определите вид вопросов, используемые из техники постановки вопросов сотрудником 2.

- А. Закрытые вопросы
- Б. Открытые вопросы
- В. Уточняющие вопросы
- Г. Зеркальные вопросы
- Д. Эстафетные вопросы
- Е. Риторические вопросы

9. В организации решается вопрос о выборе перспективных направлений ее развития. Каждый из участников вносит свои предложения. Сотрудник говорит: «В этом году будем ли мы участвовать в инновационной деятельности?» Определите вид вопросов, используемые из техники постановки вопросов.

- А. Закрытые вопросы
- Б. Открытые вопросы
- В. Уточняющие вопросы
- Г. Зеркальные вопросы
- Д. Эстафетные вопросы
- Е. Риторические вопросы

10. В организации решается вопрос о выборе перспективных направлений ее развития. Каждый из участников вносит свои предложения. Сотрудник говорит: «Поясните, пожалуйста, на какой период мы можем ориентироваться при выборе перспективных направлений развития предприятия?» Определите вид вопросов, используемые из техники постановки вопросов.

- А. Закрытые вопросы
- Б. Открытые вопросы
- В. Уточняющие вопросы
- Г. Зеркальные вопросы
- Д. Эстафетные вопросы
- Е. Риторические вопросы

11. В организации решается вопрос о выборе перспективных направлений ее развития. Каждый из участников вносит свои предложения. Сотрудник 1 говорит: «Поясните, пожалуйста, на какой период мы можем ориентироваться при выборе перспективных направлений развития предприятия?»² задал вопрос сотруднику 1: «Какой период мы можем ориентироваться при выборе перспективных направлений развития предприятия?»² Определите вид вопроса сотрудника 2, используемые из техники постановки вопросов.

- А. Закрытые вопросы
- Б. Открытые вопросы
- В. Уточняющие вопросы
- Г. Зеркальные вопросы
- Д. Эстафетные вопросы
- Е. Риторические вопросы

12. В деловых переговорах клиент установил цену в 1 000 000 руб. Представитель организации начал процесс аргументации цены в 1 200 000 руб. В подтверждении своих слов он представил смету расходов. Клиент согласился заплатить 1200000 руб. Какой метод аргументации использовал представитель организации?

- А. «Фундаментальный метод»

Б. Метод «поэтапного согласия»

В. «Метод противоречия»

Г. «Метод видимой поддержки»

13. Студент рассказывает об организации работы складского хозяйства. Преподаватель дослушал и высказался: "Ваше мнение о том, как происходит работа современного складского хозяйства, совершенно верно высказано в теоретическом аспекте, однако на практике встречаются значительные отступления в рамках длительных задержек, поставок товаров, трудностей, возникающих при получении сырья, медлительности работы персонала..." Какой метод аргументации (контрагументации) использовал преподаватель?

А. «Фундаментальный метод»

Б. Метод «поэтапного согласия»

В. «Метод противоречия»

Г. «Метод видимой поддержки»

14. Между руководителем и подчиненным был спор о том, что существуют или не существуют убеждения. Представлена часть диалога: "-Прекрасно! Стало быть, по-вашему, убеждений нет?" – сказал руководитель. "-Нет, и убеждений не существует."-сказал подчиненный – "Это ваше убеждение?" – сказал руководитель" – "Да." – ответил подчиненный-- "Как же Вы говорите, что их нет. Вот Вам уже одно, на первый случай" – ответил руководитель. Все в комнате улыбнулись и переглянулись. Какой метод аргументации (контраргументации) использовал руководитель?

А. «Фундаментальный метод»

Б. Метод «поэтапного согласия»

В. «Метод противоречия»

Г. «Метод видимой поддержки»

Процент правильных ответов на тестовые задания	0-66	67-86	87-100
Уровень			оптимальный

	критический	достаточный	
Значение по шкале	1	2	3

**Примерные вопросы теста для выявления уровней сформированности
мотивационно-ценностного критерия готовности менеджеров к деловой
коммуникации**

Тест № 4

Цель: оценить уровень коммуникационного намерения в осуществлении деловой коммуникации (студент осознает, ради чего и с каким предлагаемым результатом будет организована деловая коммуникация)

1. Выберите место осуществления деловой коммуникации между студентом и руководителем от базы практики

А. Общественные места

Б. Рестораны, кафе, бары

В. Предприятие

Г. Образовательное учреждение

2. Выделите возможную цель деловой коммуникации специалиста по управлению персоналом с руководителем отдела кадров

А. Получение сведений о комплектовании предприятия сотрудниками

Б. Получение сведений о соблюдении правил хранения, доставки и применения товаров

В. Получение сведений об анализе, планировании, организации, координации и управлении логистическими процессами предприятия

3. Выделите возможную цель деловой коммуникации специалиста по управлению персоналом с руководителем отдела маркетинга

А. Получение сведений о комплектовании предприятия сотрудниками

Б. Получение сведений о соблюдении правил хранения, доставки и применения товаров

В. Получение сведений об анализе, планировании, организации, координации и управлении логистическими процессами предприятия

Г. Получение сведений о рациональной организации сбыта продукции предприятия, ее поставки потребителям в сроки и объеме в соответствии с заказами и заключенными договорами.

4. Выделите возможную цель деловой коммуникации специалиста по управлению персоналом с руководителем отдела логистики

А. Получение сведений о комплектовании предприятия сотрудниками

Б. Получение сведений о соблюдении правил хранения, доставки и применения товаров

В. Получение сведений об анализе, планировании, организации, координации и управлении логистическими процессами предприятия

Г. Получение сведений о рациональной организации сбыта продукции предприятия, ее поставки потребителям в сроки и объеме в соответствии с заказами и заключенными договорами.

5. Выделите возможную цель деловой коммуникации специалиста по управлению персоналом с руководителем отдела сбыта

А. Получение сведений о комплектовании предприятия сотрудниками

Б. Получение сведений о соблюдении правил хранения, доставки и применения товаров

В. Получение сведений об анализе, планировании, организации, координации и управлении логистическими процессами предприятия

Г. Получение сведений о рациональной организации сбыта продукции предприятия, ее поставки потребителям в сроки и объеме в соответствии с заказами и заключенными договорами.

6. Выберите возможную цель осуществления деловой коммуникации между специалистами по управлению персоналом и инженером по технике безопасности

А. Получение сведений об отладке и контроле за работой системы охраны труда на предприятии

Б. Получение сведений об интерпретации финансовых потоков предприятия

В. Реализация мероприятий по улучшению условий труда

Г. Необходимость списания оборудования

7. Выберите возможную цель осуществления деловой коммуникации между специалистами по управлению персоналом и финансовым аналитиком

А. Получение сведений об отладке и контроле за работой системы охраны труда на предприятии

Б. Получение сведений о динамике инвестиционного рынка

В. Реализация профилактических мероприятий по улучшению условий труда

Г. Необходимость списания оборудования

8. Выберите возможную цель осуществления деловой коммуникации между специалистами по управлению персоналом и бухгалтером

А. Получение сведений об отладке и контроле за работой системы охраны труда на предприятии

Б. Реализация профилактических мероприятий по улучшению условий труда

В. Необходимость списания оборудования

Интерпретация результатов теста

Процент правильных ответов на тестовые задания	0-66	67-86	87-100
Уровень	критический	достаточный	Оптимальный
Значение по шкале	1	2	3

Тест № 5

Цель: определить уровень осознания ценности эффективной деловой коммуникации в профессиональной деятельности

1. Проранжируйте организационно-управленческую и экономическую деятельность по приоритетности в реализации профессиональной деятельности специалиста по управлению персоналом. Где наибольший приоритет будет 3, а наименьший – 1

2. Проранжируйте информационно-аналитическую деятельность по приоритетности в реализации профессиональной деятельности специалиста по управлению персоналом. Где наибольший приоритет будет 3, а наименьший – 1

3. Проранжируйте коммуникационную деятельность по приоритетности в реализации профессиональной деятельности специалиста по управлению персоналом. Где наибольший приоритет будет 3, а наименьший – 1

4. Проранжируйте проектную деятельность по приоритетности в реализации профессиональной деятельности специалиста по управлению персоналом. Где наибольший приоритет будет 3, а наименьший – 1

5. Проранжируйте востребованность владения навыком разработки кадровой политики и стратегии управлением персоналом в современных условиях работы специалиста по управлению персоналом

6. Проранжируйте востребованность владения навыками использования автоматизированных информационных технологий управления персоналом в современных условиях работы специалиста по управлению персоналом

7. Проранжируйте востребованность владения техникой переговоров, устного общения с партнерами, включая телефонные переговоры в современных условиях работы специалиста по управлению персоналом

8. Проранжируйте востребованность владения современными методами управления персоналом в современных условиях работы специалиста по управлению персоналом

Интерпретация результата

Значение по шкале	1	2	3
Уровень	критический	достаточный	оптимальный

Примерные вопросы теста для выявления уровней сформированности коммуникативно-деятельностного критерия готовности менеджеров к деловой коммуникации

Примерные кейсы по оценке готовности к деловой коммуникации студентов направления подготовки "Управление персоналом"

Цель оценить умения практического решения коммуникативных задач в ходе делового общения и умения эффективного говорения

Кейс 1. Дисциплинарная беседа

Воспитатель Никитина Марина Владимировна не отвела ребенка на оплаченное дополнительное занятие по программе дополнительного образования «Роботехника» три раза. Педагог дополнительного образования поставил родителей ребенка в известность, что он не приходит на занятия по программе, но проводить их повторно она не может. Родители были возмущены и пошли на личный прием к заведующей детского сада МДОУ «Детский сад № 23» для выяснения причин и подачи жалобы на воспитателя группы (Никитину М.В.), в ходе общения заведующая детского сада убедила родителей, что примет все возможные меры, чтобы данная ситуация не повторилась. Заведующему детского сада МДОУ «Детский сад № 23» (Кириллюк Светлане Ивановне) необходимо провести дисциплинарную беседу по нарушению дисциплины труда на рабочем месте. Составьте возможный диалог между заведующим детским садом и воспитателем, используя должностную инструкцию и положение о премировании работника. В диалоге выберите меру наказания, которую может избрать заведующая детского сада для воспитателя. Время разговора 5 минут.

Кейс 2. Деловое совещание (продолжение кейса 2)

Спустя два месяца были внесены изменения в положения о премировании работников МДОУ «Детский сад №23», в котором были внесены изменения в пункт 3.1 (за халатное отношение к сохранности материально-технической базы), за которое ранее можно было уменьшить размер премии на 20 %, но из-за частных случаев ремонта материально-технической базы (в том числе,

детских стульев, детских шкафов, книжных шкафов) приняли решение увеличить его до 25 %. Такое решение вызвало негативное отношение со стороны работников, так как обновление материально-технической базы не производилось два года, по мнению воспитателей у сломанных детских стульев и шкафов высокий процент износа, и их нужно заменить. Затем глава Профсоюза попросил заведующего детского сада Кирилук С.И. провести деловое совещание по решению проблемы износа. Время вашего доклада - 5 минут, время на вопросы от аудитории – 2 минуты.

Интерпретация результатов:

Коммуникативно-деятельностный критерий № 1

Уровни сформированности умения решения коммуникативных задач

Уровни готовности к деловой коммуникации	Критический уровень	Достаточный уровень	Оптимальный уровень
Описание содержания уровня	Полностью не сформировано умение подготовиться к деловому общению; применять коммуникативные техники в деловом общении; умение применять деловой этикет в профессиональной деятельности	Частично сформировано умение подготовиться к деловому общению; применять коммуникативные техники в деловом общении; умение применять деловой этикет в профессиональной деятельности	Полностью сформировано умение подготовиться к деловому общению; применять коммуникативные техники в деловом общении; умение применять деловой этикет в профессиональной деятельности
Значение по шкале	1	2	3

Лист оценки студентов по коммуникативно-деятельностному критерию 1

№ п/п	Критический уровень	Достаточный уровень	Оптимальный уровень

Коммуникативно-деятельностный критерий № 2

Уровни сформированности у будущих менеджеров коммуникативных качеств

Качества культурной речи/уровень готовности к деловой коммуникации	Критический уровень	Достаточный уровень	Оптимальный уровень
Уместность	Речь студента не соответствует условиям и целям делового общения	Речь студента частично соответствует условиям и целям делового общения	Речь студента соответствует условиям и целям делового общения
Точность	Коммуникативные качества речи студента проявляются в несоответствии с языковыми значениями	Коммуникативные качества речи студента проявляются в частичном соответствии с языковыми значениями	Коммуникативные качества речи студента проявляются в полном соответствии с языковыми значениями
Логичность	Речь студента не последовательна. Структура речи нарушена.	Речь студента частично последовательна. Структура речи нарушена.	Речь студента строго последовательна. Структура речи не нарушена.
Значение по шкале	1	2	3

Лист оценки студентов по коммуникативно-деятельностному критерию 2

Качества культурной речи/уровень готовности к деловой коммуникации	Критический уровень	Достаточный уровень	Оптимальный уровень
Уместность			
Точность			
Логичность			

Анкета для преподавателей университета

Уважаемые педагоги!

Мы проводим изучение готовности студентов к деловой коммуникации. Ваши ответы на вопросы анкеты окажут большую помощь в разработке рекомендаций по данному направлению образовательной деятельности в вузе. Истинность результатов исследования в большой степени зависит от искренности и продуманности ответов, качества заполнения анкеты.

В данной анкете представлены разные вопросы (открытые, закрытые, полузакрытые, шкалированные, в виде поперечных профилей). Обведите кружком варианты ответов, соответствующих Вашему мнению. Фамилию можно не проставлять.

1. Пронумеруйте по степени значимости задачи, решаемые в ходе профессиональной подготовки будущих менеджеров:

- А. формирование готовности к деловой коммуникации
- Б. развитие творческих способностей
- В. ознакомление с деловым этикетом
- Г. физическое развитие
- Д. подготовка к маркетинговой деятельности
- Е. воспитание ответственности

2. Как Вы понимаете термин «готовность к деловой коммуникации»?

.....

3. Как вы относитесь к процессу формирования готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации?

Проявляю большой интерес	5 4 3 2 1 0	Совсем не проявляю интереса
Стараюсь знания применять в своей работе	5 4 3 2 1 0	Совсем не применяю
Стараюсь предложить новые способы реализации данного процесса	5 4 3 2 1 0	Совсем не предлагаю

4. Какие формы и методы Вы используете при формировании готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации?

- А. Проблемные лекции
- Б. Интенсив-тренинги
- В. Вебинары
- Г. Кейс-метод
- Д. Мастер-классы

- Е. Семинары-практикумы
Ж. Виртуальные экскурсии

З. Другое

5. Насколько хорошо сформирована готовность к деловой коммуникации у студентов Вашего факультета?

1 2 3 4 5 6 7 8 9

10

Совсем не сформировано

У всех хорошо сформировано

6. Что мешает Вам более эффективно осуществлять эту деятельность? (Отметьте три наиболее важные позиции)

А. Недостаточный уровень компетентности педагогов

Б. Недостаток ресурсов цифровой образовательной среды

В. Отсутствие желания студентов этим заниматься

Г. Нехватка времени

Д. Не позволяет уровень профессионального сознания студентов

Другое

7. Насколько эффективно Ваше сотрудничество с работодателями и социальными партнерами вуза по формированию готовности будущих менеджеров к деловой коммуникации

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Не эффективно

Очень эффективно

Благодарим за участие в анкетировании!

Приложение 4

Результаты однофакторного дисперсионного анализа

Тестирование 1						
Однофакторный дисперсионный анализ						
ИТОГИ						
Группы	Счет	Сумма	Среднее	Дисперсия		
КГ	50	3004	60,08	472,1567347		
ЭГ	50	2690	53,8	527,0612245		
Дисперсионный анализ						
Источник вариации	SS	df	MS	F	P-Значение	F критическое
Между группами	985,96	1	985,96	1,973463329	0,163242521	3,938110878
Внутри групп	48961,68	98	499,609			
Итого	49947,64	99				
<p>Выводы: Нулевая гипотеза которую мы принимаем перед исследованием заключается в отсутствие влияния фактора между группами. Данная гипотеза принимается если выполняется 2 условия: ПЕРВОЕ усл. P-значение больше 0,5 (т.е. вероятность наступления нулевой гипотезы очень велика, влияние исследуемого фактора нельзя считать доказанным) ВТОРОЕ усл. F (критерий распределение Фишера) меньше F-критического</p>						
ИТОГО: обнаружено статистически достоверное отсутствие влияния условия						

Тестирование 2						
Однофакторный дисперсионный анализ						
			2			
Группы	Счет	Сумма	Среднее	Дисперсия		
КГ	50	2471	49,42	371,1057143		
ЭГ	50	2674	53,48	725,4791837		

Дисперсионный анализ						
Источник вариации	SS	df	MS	F	P-Значение	F критическое
Между группами	412,09	1	412,09	0,751587954	0,388091675	3,938110878
Внутри групп	53732,66	98	548,2924			
Итого	54144,75	99				
<p>Выводы: Нулевая гипотеза которую мы принимаем перед исследованием заключается в отсутствие влияния фактора между группами. Данная гипотеза принимается если выполняется 2 условия: ПЕРВОЕ усл. P-значение больше 0,5 (т.е. вероятность наступления нулевой гипотезы очень велика, влияние исследуемого фактора нельзя считать доказанным) ВТОРОЕ усл. F (критерий распределение Фишера) меньше F-критического</p>						
ИТОГО: обнаружено статистически достоверное отсутствие влияния условия						

Тестирование 3						
Однофакторный дисперсионный анализ						
Группы	Счет	Сумма	Среднее	Дисперсия		
КГ	50	2932	58,64	316,0718367		
ЭГ	50	2589	51,78	488,0934694		
Дисперсионный анализ						
Источник вариации	SS	df	MS	F	P-Значение	F критическое
Между группами	1176,49	1	1176,49	2,925990443	0,090327679	3,938110878
Внутри групп	39404,1	98	402,0827			
Итого	40580,59	99				
<p>Выводы: Нулевая гипотеза которую мы принимаем перед исследованием заключается в отсутствие влияния фактора между группами. Данная гипотеза принимается если выполняется 2 условия: ПЕРВОЕ усл. P-значение больше 0,5 (т.е. вероятность наступления нулевой гипотезы очень велика, влияние исследуемого фактора нельзя считать доказанным) ВТОРОЕ усл. F (критерий распределение Фишера) меньше F-критического</p>						

ИТОГО: обнаружено статистически достоверное отсутствие влияния условия						
------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--	--

Тестирование 4						
Однофакторный дисперсионный анализ						
ИТОГИ						
Группы	Счет	Сумма	Среднее	Дисперсия		
КГ	50	3103	62,06	169,5269388		
ЭГ	50	2152	43,04	602,2432653		
Дисперсионный анализ						
Источник вариации	SS	df	MS	F	P-Значение	F критическое
Между группами	9044,01	1	9044,01	23,43705407	0,00	3,938110878
Внутри групп	37816,74	98	385,8851			
Итого	46860,75	99				
<p>Выводы: Нулевая гипотеза которую мы принимаем перед исследованием заключается в отсутствие влияния фактора между группами. Данная гипотеза отвергается и принимается альтернативная (что влияние фактора существует) если выполняется 2 условия: ПЕРВОЕ усл. P-значение меньше 0,5 (т.е. вероятность наступления нулевой гипотезы очень мала, критерий Фишера значим, и влияние исследуемого фактора можно считать доказанным) ВТОРОЕ усл. F (критерий распределение Фишера) значительно больше F-критического</p>						
ИТОГО: обнаружено статистически достоверное влияние условия						

Тестирование 5						
Однофакторный дисперсионный анализ						
ИТОГИ						
Группы	Счет	Сумма	Среднее	Дисперсия		
КГ	50	4465	89,3	195,8469388		
ЭГ	50	3792	75,84	361,2391837		
Дисперсионный анализ						
Источник вариации	SS	df	MS	F	P-Значение	F критическое
Между группами	4529,29	1	4529,29	16,26064559	0,0001093	3,938110878
Внутри групп	27297,22	98	278,5431			

Итого	31826,5 1	99				
<p>Выводы: Нулевая гипотеза которую мы принимаем перед исследованием заключается в отсутствие влияния фактора между группами. Данная гипотеза отвергается и принимается альтернативная (что влияние фактора существует) если выполняется 2 условия: ПЕРВОЕ усл. Р-значение меньше 0,5 (т.е. вероятность наступления нулевой гипотезы очень мала, критерий Фишера значим, и влияние исследуемого фактора можно считать доказанным) ВТОРОЕ усл. F (критерий распределение Фишера) значительно больше F-критического</p>						

Решение кейсов						
Однофакторный дисперсионный анализ						
ИТОГИ						
Группы	Счет	Сумма	Среднее	Дисперсия		
КГ	50	3724	74,48	385,397551		
ЭГ	50	3222	64,44	469,68		
Дисперсионный анализ						
Источник вариации	SS	df	MS	F	P-Значение	F критическое
Между группами	2520,04	1	2520,04	5,89429577 9	0,01701474 2	3,938110878
Внутри групп	41898,8	98	427,538 8			
Итого	44418,8 4	99				
<p>Выводы: Нулевая гипотеза которую мы принимаем перед исследованием заключается в отсутствие влияния фактора между группами. Данная гипотеза отвергается и принимается альтернативная (что влияние фактора существует) если выполняется 2 условия: ПЕРВОЕ усл. Р-значение меньше 0,05 (т.е. вероятность наступления нулевой гипотезы очень мала, критерий Фишера значим, и влияние исследуемого фактора можно считать доказанным) ВТОРОЕ усл. F (критерий распределение Фишера) значительно больше F-критического</p>						
ИТОГО: обнаружено статистически достоверное влияние условия						