

КРИТЕРИИ SWOT И SMART В СИСТЕМЕ ЛИНГВО-КОММУНИКАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

SWOT AND SMART CRITERIA IN THE LINGUO-COMMUNICATION MANAGEMENT

*ТАМАРА ВЛАДИМИРОВНА КУПРИНА
СВЕТЛАНА МИХАЕЛОВНА МИНАСЯН*

Abstract

The dominant in our tactics is emotional and evaluative learning style, which involves cooperation and mutual activity in the learning process (cooperative action learning). The constituent parts of the cooperative action learning style are elements of operational and strategic management, project teams, group dynamics, problem-solving and decision-making processes. Thus, the style helps to "play" a variety of life situations, different ways of problem-solving, teaches both individual in a team (group) working, so cultivating tolerance, flexibility of thinking, the ability to manage emotions and find compromise solutions to problems.

Keywords: linguo-communication management, coaching, emotional and evaluative style, SWOT analysis, SMART criteria

Аннотация

В статье рассматривается новая стратегия лингво-коммуникативного менеджмента для выстраивания учебного процесса в целом и обучения профессиональному иностранному языку, в частности. Доминантным в нашей тактике является эмоционально-ценностный стиль обучения, который предполагает сотрудничество и совместную деятельность в процессе обучения (cooperative action learning).

Ключевые слова: лингво-коммуникативный менеджмент, коучинг, эмоционально-ценностный стиль, анализ SWOT, критерии SMART

В начале 90-х годов XX века в России произошла смена общественно-экономических отношений, потребовалось внедрение новых систем управления, обеспечивающих эффективность реализации новых экономических проектов. В России стал развиваться новый тип управления – менеджмент.

В настоящее время в экономической литературе известно много определений менеджмента: от очень обширных до очень ёмких.

Например, В.А.Абчук указывает на происхождение термина от латинского «manus» – рука [1]. Можно добавить, что «manus» имеет также значение: сила, борьба, власть, деятельность, искусство и даже группа. Такое широкое сочетание понятий может дать описание менеджмента, так как в том или ином варианте они входят в состав его деятельности. Поэтому определение с точки зрения семантики может быть следующим: менеджмент – это деятельность определенной группы людей, искусно направленная на достижение «сильного» («властного») положения и на борьбу с конкурентами в данной сфере [3].

Следует отметить, что адаптация западных форм менеджмента к российской социально – экономической системе не просто заимствование. Она обусловлена взаимопроникновением и взаимодействием национальных культур.

Поэтому одной из важных задач в подготовке специалиста нового типа является развитие современного многомерного сознания, основанного на межкультурной коммуникативной компетентности.

Таким образом, можно говорить о смене парадигмы образования, что, в свою очередь, меняет ведущие цели и содержание образовательного процесса, отказ от устоявшихся стереотипов, консервативных систем, переход к более динамичным, гибким структурам, быстро реагирующих на изменения окружающего глобального пространства.

Инновации и управление процессом обучения могут быть лучше поняты через обзор теории менеджмента. Одной из объективных причин обуславливающих применение данной теории, по мнению Р. Doyle (1999), является то, что коммерческие организации озабочены эффективным маркетингом своих услуг, обеспечивая качественный продукт для клиентов и конкурируя с другими подобными мотивированными организациями [3]. Подобную ситуацию можно наблюдать и в современной системе образования: множество университетов предлагают свои услуги, стараясь удовлетворить запросы обучаемых и потенциальных работодателей как в интра-, так и в интеркультурной среде.

В частности Д. В. Чернилевский (2002) предлагает маркетинговый подход к организации учебной деятельности, означающий необходимость поиска и реализации технологий, которые обеспечивали бы будущему специалисту комфортное существование с точки зрения личностных и общественных целей развития [4].

Сегодня понятие “обучающаяся организация” является проектом того, как должна быть структурирована организация XXI века. Как указывает Р. Сендж, на примере одной маленькой команды можно наилучшим образом проанализировать практические аспекты деятельности обучающейся организации. В свою очередь, крупные организации могут состоять из множества маленьких команд, работающих согласованно для достижения общих целей и для реализации общего корпоративного видения.

Таким образом, можно сказать, что студенческая группа может быть рассмотрена как корпоративная организация, имеющая свою культуру и культурно-корпоративные ценности, обусловленные миссией университета, политикой государства и сотрудничеством с мировым сообществом.

Проанализировав и взяв за основу теоретические положения стратегического менеджмента и его концепцию, которая позволяет организации добиться поставленных целей в условиях динамичной, изменчивой, неопределенной среды и оптимально использовать существующий потенциал, мы считаем возможным сформулировать определение *лингво-коммуникативного менеджмента*.

Так, *лингво-коммуникативный менеджмент* – это стратегия проектирования процесса обучения, имеющая свою миссию, видение, культуру, цели и задачи, направленные на развитие межкультурной коммуникативной компетентности студентов – менеджеров через обучение иностранному языку [3].

Рассмотрим основные компоненты данного направления: *миссию, видение, культуру, цели и задачи*.

1. *Миссия* – формулировка смысла существования организации, в нашем случае студенческой группы. В данном контексте миссия определяется основными направлениями развития образования и личности в государстве в целом и в высшем учебном заведении (университете), в частности, обусловленных требованиями международного сообщества.

2. *Видение* – убедительный и разделяемый всеми облик желательного будущего организации (группы). Правильно сформулированное видение должно мотивировать, объединять, вызывать доверие. Более четко основные направления миссии и видения

определяются с помощью таких приемов как SWOT-анализ. Данный анализ помогает определить сильные (S – strengths) и слабые (W – weaknesses) стороны, возможности (O – opportunities) и риски/угрозы (T – threats). Понимание и оценка показателей SWOT-анализа помогает правильно определить своё положение, сравнить с конкурентным, оценить свои ресурсы и возможности и выбрать правильное направление развития. Хотелось бы также отметить, что данные категории не являются чем-то статичным, они подвижны и при определенных условиях слабые стороны и риски могут стать рычагом к благоприятным переменам.

3. *Культура* – третья составляющая стратегии. В преломление к решению наших проблем в обучении, можно сказать, что это специально созданная обучающая стратегия (лингво-коммуникативный менеджмент), направленная на изменение стереотипного мышления, осознание межкультурных различий, развитие новых ценностных ориентиров, желания и умения обучаться в течение всей жизни, и, таким образом, адаптироваться к изменяющимся условиям окружающей среды, тем самым, совершенствуя свою профессиональную межкультурную коммуникативную компетентность, и, следовательно, повышая уровень корпоративной культуры организации, где работаешь/учишься.

4. *Цели и задачи* обеспечивают связь между макроуровнем миссии и видения, в данном случае миссии и видения университета, сообщества в целом и операциональным уровнем образовательной деятельностью преподавателя в студенческой группе. Они должны объединять и мотивировать обучаемых к их реализации, помогать планировать свою деятельность и возможности.

Разработанные цели и задачи должны соответствовать критериям – SMART. Они должны быть конкретными (specific), измеримыми (measurable), достижимыми (achievable), уместными в данных условиях (relevant), рассчитанными по срокам достижения (time-framed).

Таким образом, они должны быть направлены на решение важных вопросов группы, соответствовать миссии и видению университета, требовать усилий со стороны преподавателя и обучаемых для их реализации, быть реалистичными и выполнимыми в плане наличия ресурсов (учебно-методическое и техническое обеспечение), ориентированы на результат (развитие межкультурной коммуникативной компетентности), поощрять и конкретизировать участие каждого (составление плана развития и определение путей его достижения), быть измеримыми и видимыми (с точки зрения педагогического результата).

Операциональное управление данной системой состоит из управления процессом, проектом, командой и отдельным человеком.

Следует также сказать о делегировании полномочий. В данном случае необходимо дать возможность обучаемым попытаться самостоятельно определить направления своего проекта обучения (при ненавязчивых предложениях преподавателя), т.е. дать им почувствовать, что и у них есть полномочия принимать решения, вносить изменения, проявлять инициативу. Данное положение особенно важно при обучении студентов-менеджеров, чья будущая деятельность связана непосредственно с оценкой ситуации и принятием решений.

В логике стратегии лингво-коммуникативного менеджмента – *развивающий вид обучения*, т. к. он готовит обучаемых к самостоятельному освоению знаний, поиску истины, независимости в повседневной жизни и готовности к обучению через всю жизнь (life-long learning). В таком контексте тактика *коучинг* обучаемых и обучаемый как

открыватель предлагается как наиболее эффективный способ обучения студентов-менеджеров.

Термин *coaching*, был введен в бизнес-терминологию в начале 90-х годов XX века Дж. Уитмором, английским бизнесменом и консультантом. Он означает нечто большее, чем простой перевод – наставлять, тренировать, подготавливать [2]. В тактике коучинга реализуется индивидуальная стратегия успеха, достигается результат в той области, в которой человек наиболее успешен и эффективен. Это позволяет объединить как цели фирмы (университета), так и профессиональные цели сотрудников (студентов, преподавателей). Коучинг – это взаимодействие партнеров (студент(ы) – преподаватель), несущих равную ответственность за этот процесс. Это совместное движение к результатам, выбор эффективных путей решения проблем, принятие ответственности за выполнение намеченных целей. В контексте нашего исследования *коучинг* – это тактика, способствующая реализации обучения и развития и, следовательно, усовершенствованию межкультурной коммуникативной компетентности и профессиональных навыков обучаемых на основе комплементарного субъектно-субъектного взаимодействия.

Преподаватель не просто передает знания, а выступает организатором поискового процесса, активизирующего мышление обучаемых. Преподаватель открыт к восприятию и обсуждению различных точек зрения, представленных в формах доклада, спора, доказательства, диалога, комментария. Он помогает увидеть глубину и новизну во внешне привычном (традиционном), совместно формулируя гипотезы и обобщения в данном контексте.

Уникальность тактики в том, что она не считает какие-то решения самыми лучшими и правильными, а создает условия, при которых обучаемые сами определяют наилучшие способы решения проблем. Время, подходящее для начала обучения – самое начало новой работы, ключевой момент карьеры.

Тактика основана на положении о том, что учебный и управленческий циклы имеют сходство и включают следующее:

- 1) люди учатся, когда хотят учиться и когда сталкиваются с необходимостью решения проблем;
- 2) обучение – социальный процесс сотрудничества;
- 3) обучение как изменение поведения начинается тогда, когда мы получаем сигналы о результате, следуемом за действием;
- 4) обучение часто состоит в переосмыслении того, что уже известно.

В связи с тем, что тактика коучинга сложена и состоит из нескольких комплементарных стилей, мы также использовали несколько стилей обучения. Доминантным в нашей тактике является **эмоционально-ценностный стиль** обучения (И. Ю. Калугина, А. К. Маркова, А. Я. Никонова, Л. М. Фридман), который предполагает сотрудничество (*cooperative learning*) и совместную деятельность в процессе обучения (*action learning*). Мы объединили их в эмоционально-ценностный стиль “обучение действием в сотрудничестве” (*cooperative action learning*).

Эмоционально-ценностный стиль обучения обеспечивает личностное включение студентов-менеджеров в учебно-воспитательный процесс на уровне эмпатического понимания и ценностно-смыслового восприятия учебного материала и образа самого преподавателя – коуча. Этот процесс основан на синергии, способствующей одновременному развитию на личном, организационном и деловом уровнях.

Составными частями стиля обучения действием в сотрудничестве являются элементы оперативного и стратегического менеджмента, проектных команд, групповой динамики, процесса решения проблем и принятия решений.

Данный стиль предполагает наличие у преподавателя эмпатических способностей, умения организовывать обучение диалогически, что возможно только при

эмоциональной открытости и интересе к самому предмету. Причем результативность обучения увеличивается, если взаимоотношения между преподавателем – коучем и обучаемым основываются на эмоционально-доверительном общении, сотрудничестве и взаимоуважении.

Таким образом, прослеживаются следующие линии поведения преподавателя:

- 1) введение ценностно-смысловой информации;
- 2) ориентация на эмоционально-личностный способ отношения к учебной информации и взаимодействие с обучаемыми;
- 3) подбор развивающих заданий и создание ситуаций оценки-взаимооценки-самооценки в образовательном процессе.

Преподаватель – коуч ориентируется на адекватное планирование учебно-воспитательного процесса и результат обучения, контроль знаний и умений всех обучаемых. Он работает оперативно, часто меняя виды работы и методические приемы на занятиях и практикуя коллективные обсуждения, акцентируя внимание на сути предмета обсуждения; учитывает индивидуальные особенности студентов, их витальный опыт, специфику их потребностей и возможностей.

Вызывающая природа материала является показателем его ценности для профессии менеджера, так как менеджмент характеризуется как действующий в турбулентной (беспокойной) области, т.е. менеджеры сталкиваются с высоко сложной и быстро меняющейся окружающей средой.

Обучение действием в сотрудничестве – это сочетание избранных знаний из прошлого, скоординированных на основе новых вопросов: $L = P + Q$, где L – learning – обучение действием в сотрудничестве, P – program – программные знания, полученные из книг или в процессе предыдущего обучения, т. е. ответы для решения вчерашних проблем, Q – questions – вопросы, которые возникают в условиях неопределенности и отсутствия однозначных ответов, для выяснения которых необходимы определенные действия. Обучение действием в сотрудничестве объединяет оба показателя P и Q . Оно направлено на развитие способности задавать вопросы о себе, других, о ситуации, что значительно повышает способность успешно преодолевать проблемы, возникающие в будущем. Данный стиль помогает не только увеличить объем знаний, но и способствует преобразованию уже полученных [5].

Таким образом, обучаемые стимулированы к рефлексии и открытию своего отношения:

- 1) к научным и техническим достижениям;
- 2) к определенным результатам деятельности человека;
- 3) к историческим событиям и произведениям искусства;
- 4) к ценностям и значимости знаний и умений для профессиональной деятельности.

Данный стиль предоставляет возможность развить много ценных умений, которые требуются в дальнейшей профессиональной деятельности менеджеров: представить проблему; привлечь и удержать внимание; обращаться за помощью, советом, поддержкой; размышлять над приобретенным опытом; нести ответственность; планировать следующие шаги; действовать; быть настойчивым; сотрудничать (учитывать другое видение проблемы); слушать; задавать вопросы; генерировать различные пути решения проблем; поддержать команду.

Эмоционально-ценностный стиль эффективно развивает образное мышление обучаемых и их эмоционально-нравственную сферу; стимулирует к саморефлексии и самопознанию, самораскрытию творческих способностей и ценностного отношения к миру; учит эмоциональному и диалогическому стилю общения, сотрудничеству и взаимоуважению, признанию самоценности человека [3].

Оценка успешности (результатов) развития может быть проведена по следующим параметрам: на уровне человека (обучаемого), команды (группы), программы. Оценивать можно в различное время: немедленный результат – в конце каждого занятия; промежуточный – в середине программы; исход всей программы – в конце программы.

Таким образом, на первом этапе осуществления проекта преподаватель – коуч ориентирует обучаемых, передает содержательную информацию о целях и задачах обучения. На втором этапе – начинается работа над ориентированным на проблему проектом. На третьем этапе – обучаемые занимаются определением, диагностикой, анализом и исследованием проблем менеджмента в межкультурной среде.

Таким образом, в современных условиях, когда необходимо выработать свою практику, приобретать свой опыт сотрудничества в открытом международном пространстве, одних академических подходов недостаточно. Организационное развитие должно быть сосредоточено на вовлечении обучаемых в поиск самостоятельного решения проблем и выживания в конкурентной среде.

В такой ситуации эмоционально-ценностный стиль обучения действием в сотрудничестве становится особенно актуальным. Во-первых, он помогает “проигрывать” различные жизненные ситуации, опробовать различные пути решения проблем, обучает как индивидуальной работе, так и работе в команде (группе), воспитывая тем самым толерантность, гибкость мышления, умение управлять эмоциями, находить компромиссные решения проблем. Во-вторых, преподаватель – коуч может сконцентрироваться на мониторинге и руководстве деятельностью обучаемых и проектировать будущее обучение и развитие группы.

Организационные и поведенческие изменения при успехе в обучении могут внести вклад и в социальные изменения. Поэтому целью инновационной программы является развитие более самоуправляемых, креативных и уверенных обучаемых, которые могут развить свои когнитивные способности и применить их в реальном мире, расширяя границы своего сознания, восприятия мира и тем самым способствуя сотрудничеству и синергии между членами как интра-, так и интеркультурного сообщества.

Кроме того, как определяет Underhill (1992) “*атмосфера понимания, доверия и раздельных обязательств может содействовать принятию рисков и открытий*” [5], что важно для профессиональной деятельности студентов-менеджеров.

Список литературы

1. ГЕЛИХ, О. Я. *О репрезентативности менеджмента в культуре российского управления*. Менеджмент XXI века: проблемы качества. СПб.: Изд-во «Книжный дом», 2004, с. 25 – 28.
2. ИБРАГИМОВА, Е. В. *Коучинг как стиль менеджмента*. Менеджмент XXI века: проблемы качества. СПб.: Изд-во «Книжный дом», 2004, с. 52 – 54.
3. КУПРИНА, Т. В. *Развитие межкультурной коммуникативной компетентности студентов-менеджеров при изучении иностранного языка*. Диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук. Екатеринбург: ГОУ ВПО УГТУ-УПИ, 2006. 214 с.
4. ЧЕРНИЛЕВСКИЙ, Д. В. *Дидактические технологии в высшей школе*. Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. 437 с.

5. ШАШ, Н. Н. *Action Learning*. Уникальный подход к развитию людей и организаций. Москва: ГроссМедиа, 2004. 24 0с.

Авторская справка:

Куприна Тамара Владимировна, канд. пед. наук
Уральский федеральный университет
Кафедра международной экономики
Екатеринбург, Россия
Email: tvkuprina@mail.ru

Минасян Светлана Михаеловна, канд. пед. наук
Армянский государственный педагогический университет им. Х. Абовяна
Кафедра теории и истории педагогики
Ереван, Армения
Email: s.minasyanpmesi@gmail.com