

ИННОВАЦИОННЫЕ ПРИЕМЫ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ» В ПОЛИТЕХНИЧЕСКОМ ВУЗЕ



Верховых Ирина Александровна

канд. филол. наук, доцент кафедры гуманитарных дисциплин
Московского политехнического университета,
verkhovykh.irina@yandex.ru

Аннотация: Статья посвящена описанию инновационных приемов преподавания дисциплины «Основы деловой коммуникации» в политехническом вузе. Автор отмечает, что повышение конкурентоспособности трудовых ресурсов невозможно представить без фундаментальных знаний, поданных с учетом стремительно меняющихся реалий. Педагог является важным проводником в сферу инновационной деятельности. Автор обращает внимание на то, что для повышения эффективности образовательного процесса сегодня необходима интеграция в образовательный процесс инновационных технологий, расширение и укрепление междисциплинарных связей. Выделяются и описываются такие инновационные приемы, как экспресс-презентации, коучинг, сторителлинг и др., специфика их применения в группах, где есть студенты-интроверты и плохо говорящие по-русски обучающиеся. Автор акцентирует внимание на том, что в условиях цифровизации от работника любого иерархического уровня требуется умение решать одновременно несколько задач. Инновационные педагогические приемы учат осознанной многозадачности, без потери времени и качества.

Ключевые слова. Инновационные приемы, цифровизация, многозадачность, экспресс-презентация, elevator pitch, коучинг, сторителлинг.

Abstract: The article is devoted to the description of innovative teaching methods of the discipline «Fundamentals of Business Communication» at the Polytechnic University. The author notes that improving the competitiveness of labor resources cannot be imagined without fundamental knowledge, given the rapidly changing realities. The teacher is an important guide to the field of innovation. The author draws attention to the fact that today, in order to increase the effectiveness of the educational process, it is necessary to integrate innovative technologies into the educational process, expand and strengthen interdisciplinary ties. Such innovative techniques as express presentations, coaching, storytelling, etc., the specifics of their use in groups where there are introverted students and poorly speaking Russian learners, are highlighted and described. The author focuses on the fact that in the context of digitalization, an employee of any hierarchical level requires the ability to solve several problems simultaneously. Innovative teaching methods teach conscious multitasking, without loss of time and quality.

Keywords: Innovative techniques, digitalization, multitasking, Express presentation, elevator pitch, coaching, storytelling.

Инновационные преобразования в образовательной сфере в настоящее время являются приоритетной задачей государства, заботящегося о воспитании профессиональных кадров и курирующего активное внедрение инновационных технологий в социальной, технологической, экономической и иных сферах. Однако повышение конкурентоспособности трудовых ресурсов невозможно представить без фундаментальных знаний, поданных с учетом стремительно меняющихся реалий. Этим обусловлена актуальность данной статьи. Негативным явлением становится застой образовательного процесса, приводящий к увеличению количества системных проблем в самых различных сферах деятельности человека. Современный студент деятелен, креативен, требователен, с легкостью осваивает новые цифровые технологии. Он осознает главное – цель своего обучения в вузе, и с первых месяцев ожидает,

чтобы его надежды были оправданы.

Цель нашего исследования – описать инновационные приемы преподавания дисциплины «Основы деловой коммуникации» в политехническом вузе и специфику их применения. Согласно проекту стратегии развития Московского политехнического университета, средний возраст профессорско-преподавательского состава – 52 года, а это значит, что у педагогов имеются и опыт, и мудрость. В статье «Инновация в образовании: понятие и сущность» Бекетова О.А. отмечает: «Инновационные процессы в образовании рассматриваются в трех основных аспектах: социально-экономическом, психолого-педагогическом и организационно-управленческом. От этих аспектов зависит общий климат и условия, в которых инновационные процессы происходят» [1]. Таким образом, педагог является важным проводником в сферу инновационной деятельности, и должен

свободно ориентироваться в понятиях «инновация», «новшество», «инноватика», «педагогическая инновация».

Для повышения эффективности образовательного процесса сегодня необходима, во-первых, интеграция в образовательный процесс инновационных технологий, благодаря которым вуз будет выпускать грамотных специалистов, способных к саморазвитию в самых разных областях. Во-вторых, увеличению потенциала студента будет способствовать расширение и укрепление междисциплинарных связей. Речь идет о тесном взаимодействии педагогов смежных дисциплин, совместной разработке инновационных программ развития, новых методов и техник обучения и воспитания будущего работника. В качестве примера можно привести взаимосвязь таких дисциплин, как «Основы деловой коммуникации», «Конфликтология», «Русский язык и культура речи», «Логика».

Изучение таких жанров устной деловой речи, как деловая беседа, деловые переговоры, деловой телефонный разговор, деловое интервью, деловое совещание, деловая презентация, стилистических приемов и риторических фигур ораторской речи, коммуникативных стратегий и тактик делового общения невозможно без обращения и к темам «Нормы речи», «Виды стилистических ошибок» (дисциплина «Русский язык и культура речи»), и к теме «Дедуктивное и индуктивное умозаключения» («Логика»), и к темам «Способы разрешения конфликтной ситуации», «Управление конфликтом» и пр. («Конфликтология»). При этом педагог должен обязательно указывать на межпредметные связи, давать их логическое обоснование. Во многом тому, что студент не испытывает трудности при усвоении имеющихся междисциплинарных взаимосвязей, будет способствовать прием, основанный на поиске возможных альтернатив. Например, студентам предлагается определенная деловая ситуация. Они должны, исходя из имеющихся данных, договориться друг с другом и прийти к компромиссному решению. Как показывает практика, студенты часто не готовы быть гибкими и с трудом идут на уступки. В этом случае педагогу целесообразно задать студенту вопрос: «А как можно по-иному взглянуть на эту проблему?» или «Как по-другому можно доказать Вашу позицию?» или «Что в позиции Вашего оппонента вы не принимаете категорически, а что можно было бы все-таки попробовать обсудить?».

На занятиях по дисциплине «Основы деловой коммуникации» большое внимание уделяется работе с речью: с интонацией, темпом, паузами, артикуляцией, громкостью голоса. Известный факт: речь – это нечто гораздо большее, чем цифровая информация. Студентам предлагается в качестве домашнего задания написать мини-эссе от 100 до 180 слов. Темы могут быть разными, например: «Что мне нужно, чтобы стать гением общения?», «Профессионализм и мастерство не одно и то же» и др. На занятии студент должен пересказать свой

текст, по возможности, не подглядывая в бумажку. Преподаватель засекает время. Лучшим результатом будет одна минута, в которую необходимо уложиться учащемуся. «Речь, оптимальная для делового общения, должна укладываться в диапазон от 100 до 180 слов в минуту», – пишет по этому поводу известный бизнес-консультант Сергей Ребрик. Остальные студенты дают характеристику речи отвечающего, таким [2. С. 92]. Таким образом выявляются проблемы, устранить которые помогает, например, упражнение на прочитывание небольшого текста с разными интонациями и смысловым наполнением: убеждающей, доверительной, вопросительной, утвердительной, информирующей и т.п. При этом педагог обучает тому, как можно изменить интонацию, чтобы побудить к действию, отдать приказ, произнести фразу вопросительно.

Оценить качество собственной речи, а также ее содержание (например, после обучающей деловой дискуссии, переговоров, самопрезентации и пр.) помогает аудиозапись, и, если речь идет об анализе применения невербальных средств общения, то видеозапись. Эффект получается, с одной стороны, прогнозируемый (обычный человек не так часто видит себя со стороны или слышит свой голос таким, каким его слышат другие), с другой, – очень сильный. Студенты наглядно видят и слышат свои ошибки и недочеты, чаще всего связанные с отсутствием практических навыков публичного выступления, реже – с индивидуальными психологическими особенностями (например, с тем, что студент – интроверт).

Наш педагогический опыт обучения коммуникативным техникам студентов Московского политехнического университета показывает, что больше всего студентов-интровертов, которым сложно дается даже просто пребывание в обществе, среди тех, кто обучается на факультете информационных технологий. Обучать таких студентов необходимо, постоянно взаимодействуя с коллегами. В силу того, что человек с таким типом темперамента, способен выполнять сложные многозадачные проекты, нужно дать ему совместно разработанное с коллегами задание. Однако при этом следует учитывать, что интроверту требуется больше времени на подготовку. Выявить и начать работать со студентами-интровертами необходимо сразу, с первых занятий, чтобы сообщить им о целях и задачах, этапах и желаемых результатах обучения.

Об индивидуальном подходе в образовании говорят уже четверть века. Но заметим, сегодняшний инновационный подход к обучению ставит перед педагогом еще более сложную задачу: знание психологии личности обучающего, коррекционных методик, специфических форм работы с ним. Ориентация на студента делает педагогический подход дифференцированным. Так, нередкой является ситуация, когда в одной группе собираются представители нескольких национальностей и есть очень плохо говорящие на русском языке студенты. Многие

из них отличаются прилежностью, например, в своевременном и даже качественном (!) выполнении домашних заданий. Однако с усвоением устных жанров деловой речи в силу невозможности реализовать коммуникативные стратегии и тактики, такие студенты испытывают огромные трудности. В этом случае можно использовать сторителлинг: учащиеся заранее (и никак иначе, студенты плохо знают язык) готовятся в устной форме интересно рассказать о себе или ком-либо, чем-либо. Сначала темы очень просты: «Мой родной город», «Общественный транспорт в моем городе», «Самый известный памятник в моем родной городе» и т.д. Они даются только самым «проблемным» иностранным студентам. Иные, тоже не очень хорошо владеющие русским языком, могут сразу выступить с темой: «Я хочу рассказать свою историю... (тоже после предварительной подготовки). По окончании одногруппники должны быть готовы задать выступившему вопросы.

После двух-трех таких выступлений студенту предлагается устно порассуждать, например, на темы: «Чтобы аудитории было интересно меня слушать, нужно...», «Как знание этики делового общения влияет на его эффективность», «Как необходимо готовиться к самопрезентации» и т.п.

Полезной для всех студентов, вне зависимости от уровня их подготовки, будет выработка навыков умения задавать вопросы. Учащиеся отвечают на них по цепочке. Один интересуется: «О чем ты хочешь спросить меня?». Второй формулирует вопрос. На первой стадии обучения достаточно будет краткого ответа типа: «Спасибо за Ваш интересный вопрос, я обязательно отвечу на него чуть позже», «Хорошо, что Вы меня об этом спросили. Готов дать Вам исчерпывающий ответ», «Вы задали очень редкий вопрос! Я думаю, многим присутствующим будет интересно услышать на него ответ» и т.п. Студент по ситуации выбирает один из ответов. Так педагог, во-первых, учит трудному искусству задавания вопросов: грамотных, корректных, открытых, а, во-вторых, приучает студентов не бояться их, отвечать бодро, смело. Вот что по этому поводу пишет Евгения Шестакова в своей книге «Успешная короткая презентация»: «<...> Вопросы – это бесценный опыт для всех участвующих – сторон. Начать учительствовать – огромный соблазн для спикера, ведь многие именно этого и ждут. <...> Первое, что необходимо сделать спикеру, – это дать понять вашему собеседнику, что вы внимательны. Лишь присоединившись к задавшему вопрос, дав ему понять, что вы внимательны, можно начинать выстраивать ответ» [3. С. 82–83].

«Трудным», мало или плохо говорящим студентам можно давать в качестве домашнего задания экспресс-презентации продолжительностью 1–1,5 минуты. Это довольно емкий и сложный формат. В процессе создания экспресс-презентации обучающийся овладевает навыками аналитико-синтетической переработки текста, учится вычленять главное, формулировать только ключевую информацию, осуществляя компрессию текста.

Это могут быть презентации как со слайдовым компьютерным сопровождением, так и без него. По истечении некоторого времени можно попробовать без предварительной подготовки в течение 30–ти секунд учащему презентовать себя работодателю: рассказать о своих навыках, способностях, достижениях, опыте, личных качествах, мотивации и пр. Так преподаватель приучает студентов к созданию elevator pitch – «лифтовой» презентации, или презентации для лифта. Задачи такой презентации Е. Шестакова формулирует так: «О продукте, его преимуществах и себе или компании коммивояжер, продавец, менеджер проектов должен успеть рассказать за то время, пока едет в лифте. Такие 30-секундные презентации используются для представления бизнес-проектов. Их цель – продать идею» [3. С. 85].

Интересным и с обучающей, и с психологической точки зрения является применение на занятиях по дисциплине «Основы деловой коммуникации» популярного в деловой среде метода коучинга. Старые и новые истории, миф, басни, классические произведения, содержащие определенную мораль, находят свое применение в области коучинга: организационного, культурного, командного, коучинга по саморазвитию и пр. Можно сказать, что коучинг для педагога – один из основных инструментов работы с неподготовленной аудиторией, молодежью, которая, как мы заметили в начале статьи, стремится к саморазвитию и активно демонстрирует свою индивидуальность. «Они понимают, – резюмирует автор книги «Сказки для коучинга» Маргарет Паркин, – что если им хочется развиваться, то следует быть более проактивными в процессе обучения; им нужно ставить перед собой собственные цели и самостоятельно вкладывать в свое обучение и развитие время, усилия и средства» [4. С. 47–48].

В условиях цифровизации от работника любого иерархического уровня требуется применение инновационных подходов в социально-экономических отношениях. Концепции управления и лидерства трансформируются, бизнес-сектор меняется, переходя к высоким технологиям и работе на цифровой платформе. Многозадачность – свойство операционной системы, сегодня входит в функционал современного работника. Коучинг учит осознанной многозадачности, без потери времени и качества. Кроме того, современный студент, очень мало читает. Коучинг дает возможность не только достичь определенных педагогических и психологических задач, но и расширить кругозор обучающегося. В качестве примера приведем басню Эзопа «Лисица и козел», которую мы даем на занятиях «Основы деловой коммуникации». В басне рассказывается, как лисица упала в колодец и не могла выбраться оттуда. К ней спрыгнул козел, которого мучила жажда. После раздумывания о том, как выбраться из колодца, лисица предложила козлу опереться передними рогами о стену и наклонить рога. Она пообещала вытащить его после освобождения.

Лисица выскочила по спине козла и пошла прочь. Козел обвинил ее в нарушении уговора, то та сказала: «Будь у тебя столько ума в голове, столько волос в бороде, то ты, прежде чем войти, подумал бы, как выйти».

Мораль: «Так и умный человек не должен браться за дело, не подумав сперва, к чему оно приведет» [5].

После ознакомления с текстом басни студентам предлагается ряд вопросов для размышления:

1. Встречались ли вам в жизни люди типов «козел» и «лиса»?
2. С кем вам было бы продуктивнее сотрудничать?
3. Если бы вы выбирали напарника, то к какому типу он принадлежал бы?
4. Вы чаще в жизни оказываетесь в ситуации лисы или козла?
5. Назовите положительные и отрицательные качества героев басни.
6. Колодец в басне – это образ-символ. Что он символизирует?
7. Есть ли в вашем окружении люди, которые смогли бы помочь вам выбраться из колодца?
8. Есть ли в вашем окружении люди, в которых вы читаете лисьи черты?
9. Брались ли вы когда-нибудь за работу, не имея представления, чем она закончится? Если да, то, что вы чувствовали, выполняя ее? Выполнили ли до конца? Были ли довольны результатом? Понравилась ли вам эта работа?

Таким образом, для повышения эффективности образования в вузе следует учитывать современные реалии и интегрировать в образовательный процесс инновационные технологии, расширять и укреплять междисциплинарные связи, особенно это касается смежных дисциплин и работы с «трудными» студентами.

На занятиях по дисциплине «Основы деловой коммуникации» мы активно используем следующие методы и приемы обучения:

- аудиозапись и видеозапись с целью анализа применения невербальных средств общения;
- сторителлинг: учащиеся в устной форме рассказывают о чем-либо;

- экспресс-презентации продолжительностью 1-1,5 минуты, в ходе подготовки к которым обучающийся овладевает навыками аналитико-синтетической переработки текста;
- коучинг, благодаря которому мы обучаем осознанной многозадачности, умению решать несколько задач одновременно без потери времени и качества.

Отдельно хочется отметить применение различных приемов работы со студентами-интровертами и студентами, плохо владеющими русским языком. На своих заданиях мы учитываем, что им необходимо больше времени на подготовку и выполнение заданий. Уже на первых занятиях мы сообщаем студентам-интровертам о целях и задачах обучения, описываем этапы и озвучиваем желаемые результаты обучения. С психологической точки зрения это облегчает работу с ними. Студентам-иностранцам мы чаще даем задание по созданию экспресс-презентации, сторителлингу, активно применяем методику обучения задавать открытые вопросы, отвечать на них, преодолевать коммуникативные барьеры, говорить грамотно, четко, логично.

Список литературы

1. Бекетова О. А. Инновация в образовании: понятие и сущность [Текст] // Теория и практика образования в современном мире: материалы V Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, июль 2014 г.). СПб.: Сатисъ, 2014. с. 1-2. URL: <https://moluch.ru/conf/ped/archive/105/5986/> (дата обращения: 20.10.2019).
2. Ребрик С. Бизнес-презентация. 100 советов, как продавать проекты, услуги, товары, идеи (+аудиокурс). СПб.: Питер, 2013. 213 с.
3. Шестакова Е. Успешная короткая презентация. СПб.: Питер, 2015. 208 с.
4. Паркин М. Сказки для коучинга: Как использовать сказки, истории и метафоры в работе с отдельными людьми и с малыми группами / Пер. с англ. М.: ООО «Издательство «Добрая книга», 2005. 304 с.
5. Эзоп. Басни [Электронный ресурс]. URL: <https://vsebasni.ru/ezop/lisica-i-kozel.html> (дата обращения: 28.10.2019).