

репутацию, что проявляется в неуклонном росте численности обучающихся в Варшавском университете: если в 1993/1994 учебном году их было 39 человек, то в настоящее время – 4792. Растет и число гуманитарных факультетов, вовлеченных в реализацию программы. Если на ее старте, в 1993 г. участвовали 6 факультетов (философии и социологии, исторический, современных языков и востоковедения, польской словесности, прикладных социальных исследований, психологии), то сегодня коллегия MISH объединяет студентов 11 факультетов. В 1996 г. в реализацию программы включился факультет географии и религиоведения, в 1998 – журналистики и политологии и педагогический, в 2000 – права и управления и экономический.

Междисциплинарное обучение даёт своим выпускникам уникальные навыки, получить которые в рамках традиционного обучения практически невозможно. Необходимость выбирать свою программу обучения прививает способность действовать студенту в условиях сложных критических ситуаций, ответственности за принятые решения, навыки долгосрочного планирования.

Образование современного гуманитария требует готовности к постоянному выходу за пределы узкой специализации и понимания языка родственных дисциплин. Такого рода учеба повышает уровень приспособленности к постоянно меняющимся условиям на рынке труда, в которых приходится работать выпускникам.

О. Ю. Локоткова-Терновая

РОЛЬ СИСТЕМЫ ИНТРАКОММУНИКАЦИЙ В РЕШЕНИИ КЛЮЧЕВЫХ ВОПРОСОВ УЧЕБНО-ВОСПИТАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА В ВУЗЕ

Процесс перехода от постиндустриального к информационному обществу, имеющий революционный характер, стал новым фактором общественного развития. В мире произошли глобальные процессы, которые привели к кардинальным сдвигам в образе жизни человека, цивилизации в целом, продиктованным необходимостью выработки способов оптимизации процессов, связанных с производством, использованием, хранением и поиском

информации. Вследствие этого, такие фундаментальные понятия как «информация», «информационное общество», стали едва ли не основными объектами изучения многих ученых и исследователей.

В Украине глобальные процессы имеют своеобразное преломление, что связано с особенностями проявления подобных процессов в функционировании всех социальных институтов, в ходе внедрения рыночных механизмов. На первое место, в освоении новых реалий, с одной стороны, выдвигаются достижения в области разработки, накопления и обмена информацией, с другой стороны – осознание нового вклада человека в социальную практику. Именно ускорение научно-технического прогресса предопределило повышенные требования к качественному потенциалу рабочей силы, занимающейся генерированием, разработкой и внедрением новых технологических идей. В условиях трансформации украинского общества особую значимость играют вопросы формирования новых жизненных стратегий, компетентности и усиление гибкости, мобильности социального поведения.

Особое значение при этом приобретает система высшего образования, вектор развития которой направлен на дальнейшую адаптацию к условиям социально-ориентированной экономики, трансформации и интеграции в европейское и мировое сообщество.

Сегодня, в условиях чрезвычайной динамичности внешней среды, изменения качества и характера конкуренции между вузами, особо важно понимать какими внутренними ресурсами они обладают, какие прилагают усилия для повышения эффективности учебно-воспитательного процесса, позволяющего создавать все необходимые условия для формирования интеллектуального потенциала и всестороннего развития личности, как высочайшей ценности общества.

Решение ключевых вопросов учебно-воспитательного процесса предполагает учет системы интракоммуникаций, ориентированной на ряд важных составляющих успешного образовательного процесса в вузе:

1. Построение единой системы обмена информацией между внутренними стейкхолдерами вуза для осуществления эффективного учебно-воспитательного процесса.

Обмен информации предполагает:

- разработку регламентов, обеспечивающих своевременное получение всеми стейкхолдерами информации о стратегии развития вуза, его рейтинге, сотрудничестве с другими организациями в области науки, образования и подготовки кадров, имиджевой деятельности вуза, дополнительных образовательных программах и стоимости образовательных услуг;

- организацию обратной связи о содержании получаемой информации;

- доведение до сведения стейкхолдеров приказов, положений, инструкций и распоряжений, принятых ректоратом;

- создание нормативной базы (образцы документов, необходимых для организации учебно-образовательного процесса и т. п.);

- налаживание обмена информацией и взаимодействия между структурными подразделениями вуза (службы, центры, кафедры, деканаты) для обеспечения своевременного предоставления нужных сведений, необходимой помощи в решении рабочих задач, проведение опросов и т. п.;

- организация процесса управления удаленными подразделениями (филиалами вузов) и сотрудниками с помощью эффективного обмена информацией;

- недопущение искажения и потери информации.

2. Разработка внутрикорпоративных информационных каналов для доведения своевременной и доступной информации о ходе, организации и проведения учебно-воспитательного процесса в вузе, его конкурентных преимуществах.

К информационным каналам относятся:

а) коммуникативные каналы. Данный вид каналов призван организовывать общение, передачу информации и эмоций в наборе специальных образовательных мероприятий, при непосредственном участии руководителей вуза. Целевая аудитория может варьироваться в зависимости от цели, начиная с профессорско-преподавательского состава в целом и заканчивая каждым студентом отдельно.

б) организационные каналы. Данный вид каналов призван предоставлять возможность ректорату вуза каскадировать соответствующий объем информации для участников образователь-

ного процесса с целью повышения уровня их удовлетворенности. Основными инструментами могут выступать: общие собрания, плановые совещания и рабочие и мотивационные встречи и пр.

в) информационные каналы. Данный вид каналов предполагает принятую корпоративную информационную систему вуза, которая реализована на основе высокотехнологичных решений, максимально автоматизирована, проста в обращении и дает возможность осуществлять дистанционный процесс обучения, электронное оповещение внутренних стейкхолдеров в кратчайшие сроки о важных событиях в жизни вуза. Основными инструментами могут выступать: внутренние печатные (корпоративная газета/журнал, информационная доска, информационный лист) и электронные корпоративные издания (сайт вуза, Интранет портал, newsletter, сайт акций и мероприятий, регулярные электронные рассылки по единой электронной базе внутренних стейкхолдеров).

г) аналитические каналы. Данный вид каналов призван диагностировать и получать обратную связь от всех участников образовательного процесса в адрес ректората вуза. Тематика обращений очень разнообразна: от вопросов по возможности повышения стипендии до предложений по совершенствованию учебно-воспитательного процесса вуза. Основными инструментами могут выступать: корпоративные опросы, глубинные интервью, фокус-группы и наблюдение.

3. Формирование и развитие корпоративной культуры для информирования внутренних стейкхолдеров о корпоративных ценностях вуза (миссии, философии, стратегических целях), единых корпоративных стандартах и нормах поведения, установках и внутренних критериях эффективности. Именно поэтому корпоративная культура обязана быть предметом самого пристального внимания со стороны ректората, который, в свою очередь, анализирует существующую практику корпоративной культуры, влияет на ее формирование и изменяет в лучшую сторону [2, с. 191].

4. Формирование внутреннего положительного имиджа вуза для создания наилучшего представления внутренних стейкхолдеров о нем. При этом каждый участник рассматривается не только как фактор конкурентоспособности вуза, но и как важный

источник информации о нем для внешней аудитории. Основными детерминантами внутреннего имиджа являются: культура вуза (система приема и обучения студентов, система отношений студентов с профессорско-преподавательским составом и работа с выпускниками, взаимодействие внутри вуза среди его сотрудников, система оценки работы на основании принятых критериев, система вознаграждения, социальных льгот, фирменный стиль вуза) и социально-психологический климат (настроение и мнение студентов, коллектива, формирование корпоративных традиций, оценка условий учебного процесса и внеучебная жизнь вуза) [3, с. 70].

5. Привлечение и удержание талантов, как среди студентов, так и среди профессорско-преподавательского состава для повышения уровня преподавания и соответственно уровня выпускников. Это облегчает доступ вуза к различным ресурсам: финансовым, информационным, человеческим, материальным.

6. Создание единой корпоративной базы знаний для разработки и внедрения программ дистанционного обучения студентов, размещения системы электронной проверки знаний, программ по обмену знаниями и опытом. Это важно внедрять с учетом значительных изменений, которые претерпела система высшего образования XXI века, в связи с процессами глобализации и благодаря активному развитию информационных технологий во всем мире [1, с. 89].

Таким образом, система интракоммуникаций в учебно-образовательном процессе является важным и необходимым условием развития любого вуза. Данный вид коммуникаций позволяет определить не только сильные и слабые стороны всего образовательного процесса для сохранения его конкурентоспособности, но и создавать наиболее благоприятные условия для воспитания чувства единства, целостности духа всех внутренних стейкхолдеров высшего учебного заведения.

Литература

1. Демиденко Э. С. Предстоящие изменения в образовании в техногенном обществе / Э. С. Демиденко // Успехи современного естествознания. – 2011. – № 12. – С. 89–90.

2. Уткин Э. А. Мотивационный менеджмент / Э. А. Уткин, Т. В. Бутова – М.: ТЕИС, 2004.– С. 5.

3. Шкардун В. Д. Оценка и формирование корпоративного имиджа предприятия / В. Д. Шкардун, Т. М. Ахтямов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 3. – С. 68–73.

Н. П. Гога

ИССЛЕДОВАНИЕ КАРЬЕРНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ СОВРЕМЕННЫХ СЕКРЕТАРЕЙ-РЕФЕРЕНТОВ

Одним из современных требований рынка является наличие адаптивности специалистов, умение трансформировать полученные компетенции под задачи рабочего места. К «гибких» рабочим местам требуются «гибкие» специалисты.

Комплекс профессиональных знаний, умений и навыков, которые получают студенты, обучающие по сдвоенной специальности на факультете «Референт-переводчик» полностью соответствует последним тенденциям в сфере подбора персонала. Выпускники факультета по профессиональной принадлежности выпускников могут быть отнесены к трем группам (по А.О. Климову) [3], что значительно расширяет круг возможного трудоустройства:

1) «Человек – человек» – это собственно секретари, операторы call-центров, устные переводчики, преподаватели иностранных языков в вузе и на курсах, в школе (при прохождении дополнительного курса для специалистов «методика преподавания иностранных языков»), переводчики-синхронисты;

2) «Человек – знак» – это письменные переводчики, исследователи (лингвисты и филологи), менеджеры проектов в IT-компаниях;

3) «Человек – художественный образ» – переводчики художественных произведений и технических текстов.

В случае трудоустройства секретарская составляющая сдвоенной специальности – референт-переводчик предполагает несколько ступеней карьерного роста. Европейская ассоциация профессиональных секретарей (EAPS) разработала нормативный документ «Ступени карьеры и повышение квалификации