

**О. Г. БЫРДИНА**

*доцент кафедры теории и методики начального и дошкольного образования Ишимского педагогического института им. П. П. Ершова (филиал) ТюмГУ,  
г. Ишим  
e-mail: olgabirdina@rambler.ru*

**А. А. ДАНИЛЮК**

*старший преподаватель кафедры менеджмента и бизнеса ТюмГУ,  
г. Тюмень  
e-mail: a.a.danilyuk@utmn.ru*

## **TROUBLESHOOTING AND BRANDING: ФОРМИРОВАНИЕ НАВЫКОВ ЭФФЕКТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ<sup>1</sup>**

**Аннотация.** В статье рассматривается понятие эффективной коммуникации как в зарубежной, так и отечественной литературе. Актуализируется важность для современного специалиста решать междисциплинарные проблемы (troubleshooting), существующие в реальном времени, и овладение навыками эффективной коммуникации с целью продвижения личного бренда (branding). Также рассматривается возможность формирования навыков эффективной коммуникации обучающихся в рамках учебного элективного курса «Troubleshooting in business».

**Ключевые слова:** troubleshooting, branding, коммуникация, навыки эффективной коммуникации, компетенции.

В настоящее время остро встает проблема конкурентоспособности современных выпускников вузов. Работодатели отмечают недостаток коммуникативных, презентационных навыков, отсутствие навыков делового общения, низкий уровень креативного, критического мышления, незнание бизнес-процессов и особенностей бизнес-сферы в целом. Эффективно решать реальные производственные задачи и проблемы, генерировать и воспринимать иннова-

---

<sup>1</sup> Статья подготовлена в рамках грантового конкурса Благотворительного фонда В. Потанина для преподавателей магистратуры № ГК190001667 «Troubleshooting in business».

ционные идеи с первых дней работы способны лишь немногие. Кроме того, в современном обществе сложились основные требования к специалисту «нового типа», владеющего четырьмя основными компетенциями (4 К): креативным, критическим мышлением, навыками коллаборации (сотрудничества, взаимодействия, партнерства) и эффективной коммуникации.

С этой целью разрабатывается новый учебный элективный курс «Troubleshooting in business». «Troubleshooting» в переводе с английского означает «решать проблемы», в том числе и в организации бизнес-процессов. Один из успешных известных российских траблшутеров Олег Брагинский убежден в том, что любые бизнес-задачи, порой сложно решаемые, возможно профессионально решить, надо лишь обладать необходимыми для этого навыками и нестандартным мышлением [9].

Содержание задач и заданий курса включает проблемы, решение которых позволяет обучающимся овладеть необходимыми мягкими / гибкими навыками (soft skills): креативным, системным мышлением; способностью быстро адаптироваться к меняющимся условиям работы; умениями самопрезентации, навыками эффективной коммуникации; междисциплинарного взаимодействия для успешной работы в команде; умениями создавать и реализовывать проекты.

В рамках данного курса значительное место отводится формированию навыкам эффективной коммуникации. Слово коммуникация происходит от латинского «communico» — делаю общим, связываю, общаюсь. В исследованиях А. Б. Зверинцева эффективная коммуникация — это обмен мыслями, знаниями, чувствами, схемами поведения, одна из форм взаимодействия людей в процессе общения, информационный аспект общения [1]. В. А. Спивак определяет коммуникацию как обмен информацией в процессе деятельности, общения [6]. Г. Г. Почепцов рассматривает коммуникацию как процесс перекодировки вербальной в невербальную и невербальной в вербальную сферы [4].

В зарубежных исследованиях под эффективной коммуникацией понимается владение коммуникативными стратегиями [7]. В исследованиях S. Miquel Segarra, L. López Font, S. Gil Soldevila разра-

батываются способы обучения корпоративным коммуникациям и PR, что является быстро развивающейся отраслью деятельности в текущей бизнес-системе [8].

В данном исследовании под эффективной коммуникацией будем понимать успешный обмен информацией, знаниями, интеллектуальной собственностью [5].

Анализ психолого-педагогической научной литературы показал, что формирование навыков эффективной коммуникации наиболее успешно осуществляется в процессе реализации практико-ориентированного, проектно-организованного, проблемно-ориентированного обучения (problem-based learning), проведения экспертных семинаров, тренингов эффективного общения.

В рамках курса «Troubleshooting in business» проектно-организованное обучение будет построено на следующих принципах.

1. Принцип начального информационного и методологического обеспечения, основанный:

- на методологии и терминологии в проектной и исследовательской деятельности;
- прикладном системном анализе существующих проблем;
- обеспечении достоверности данных (достаточность выборок, достоверность, валидность);
- методах обработки результатов;
- инструментарии исследований;
- оценивании конкретных результатов (количественных и качественных).

2. Принцип сбалансированности знаниевой и деятельностной составляющей реализуется через составление и выполнение плана проведения занятий курса с оптимальным соотношением объемов и последовательности знаниевой (лекции) и деятельностной (проекты, тренинги, индивидуальные и командные задания) составляющих программы курса «Troubleshooting in business».

В качестве примера чередования форм индивидуальной и командной непрерывной работы обучающимся предлагается экспертный семинар [6], в рамках которого они выступают в роли экспертов и осуществляют предварительную эмоциональную оценку состояния

реально существующих проблем на производстве / в бизнесе. Далее строят проверочную матрицу оценки состояния проблемы (индивидуальная работа). В процессе мозгового штурма обучающиеся выстраивают рейтинг по степени значимости наиболее острых проблем, определяют препятствия на пути решения представленных проблем (командная работа). Итогом работы в командах станет формулирование рекомендаций по решению заданных проблем. Таким образом, обучающиеся опробуют себя в роли экспертов по определению значимых проблем на производстве / в бизнесе и осуществляют поиск наиболее оптимальных путей по их решению. Дискуссия, мозговой штурм, представление проектов позволят осуществлять взаимодействие между членами команды и выстраивать эффективные коммуникации.

3. Принцип практико-ориентированности осуществляется через поиск и обоснование актуальных тем и целевых установок для проектов в среде стейкхолдеров (работодателей и др.), а также учета мнения обучающихся для выявления актуальных (с их точки зрения) проблем / задач, существующих на производстве / в бизнесе. Выявив проблему и определив ее актуальность, обучающиеся перейдут к формулированию цели проекта, а также его ожидаемых результатов.

4. Принцип целеполагания включает:

- формулирование цели проекта;
- определение индикаторов достижения цели (качественные, количественные, прямые, косвенные);
- постановка задач, как способов достижения цели;
- определение индикаторов выполнения задач, заданий, проектов и т. д.

5. Принцип повышения мотивации по осуществлению проектной деятельности реализуется через создание комфортной коммуникативной среды, вовлечение всех обучающихся в процесс работы по созданию проектов, оценку и взаимооценку степени участия всех членов команды.

6. Принцип объективности оценки обеспечивается отсутствием конфликта интересов, так как в роли экспертов по оценке результа-

тивности проектной деятельности могут выступать и преподаватели, и супервайзеры / наставники / консультанты, сопровождающие разработку проектов, и сами работодатели, во взаимодействии с которыми осуществлялся поиск реальных проблем, существующих на производстве / в бизнесе. Кроме того, организация итоговой оценки проектов учитывает и взаимооценку всех обучающихся на курсе.

Для современного специалиста важно научиться не только решать междисциплинарные проблемы, существующие в реальном времени, но и овладеть навыками эффективной коммуникации с целью личного брендинга, что волнует многих экспертов в области управления персоналом. «Brand» в переводе с английского означает «выжигать», «оставлять отпечаток в памяти». Личный брендинг — это то, как человек позиционирует себя, проявляет свою эрудицию, профессионализм, креативность, демонстрирует коммуникативные и презентационные навыки.

Ряд авторов (А. А. Орел, А. А. Горенко) предлагают модель эффективного личного брендинга, включающую следующие составляющие: индивидуальность, гибкость, глубина и широта знаний, работа на результат и, конечно, важнейшая роль отводится самопрезентационным навыкам и навыкам эффективной коммуникации [3].

В рамках курса овладение навыками эффективной коммуникации будет осуществляться в процессе проведения программы тренингов. В результате занятий рассматриваются ключевые понятия «бренда» и «личного бренда», прорабатываются стратегии и концепции брендинга, осуществляется построение и оптимизация собственной (личной) бизнес-модели. Тренинги по самопроектированию и самопрезентации позволят обучающимся овладеть лучшими инструментами продвижения личного бренда, тренинги по ораторскому мастерству способствуют овладению механизмами эффективной коммуникации.

Таким образом, представленное содержание нового учебного элективного курса «Troubleshooting in business» позволит сформи-

ровать навыки эффективной коммуникации у обучающихся в процессе решения бизнес-задач различного уровня сложности, а также в процессе работы над личным брендингом.

#### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Зверинцев А. Б. Коммуникационный менеджмент: рабочая книга менеджера PR / А. Б. Зверинцев. — СПб.: Питер, 1995. — 267 с.
2. Орлова Т. М. Коммуникационный менеджмент в управлении экономическими системами / Т. М. Орлова. — М.: РАГС, 2002. — 264 с.
3. Орел А. А. Личный брендинг. Модель эффективного личного бренда / А. А. Орел, А. А. Горенко // Электронный научный журнал «аргио-journal.ru: гуманитарные науки», 2014. — № 1. — URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_21435335\\_94724862.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_21435335_94724862.pdf)
4. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. — М.: Рефлбук; К.: Ваклер, 2001. — 656 с.
5. Спивак В. А. Корпоративная культура / В. А. Спивак. — СПб.: Питер, 2001. — 352 с.
6. Толкачева К. К. Роль и выбор образовательных технологий при подготовке инженеров / К. К. Толкачева, Ю. П. Похолков, Ю. М. Кудрявцев // Казанская наука. — 2014. — № 10. — С. 13-17.
7. Beatriz Peña-Acuña, Paloma del Hénar Sánchez-Cobarro Socio-emotional Skills and Business Communication // Procedia — Social and Behavioral Sciences. — Vol. 237, 21 February 2017. Pp. 914-918. — URL: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2017.02.128>
8. S. Miquel Segarra, L. López Font, S. Gil Soldevila Analysis of communications consulting agencies in Spain: Professional profiles, structure and activity // Revista Latina de Comunicación Social, 73, 2018. Pp. 478 to 503. — URL: <http://www.revistalatinacs.org/073paper/1266/25en.html>. — DOI: 10.4185/RLCS-2018-1266-25en
9. URL: <https://www.braginskyoleg.com/ru/about/articles>