

УДК 378.02

ВИКОРИСТАННЯ СИТУАЦІЙНОГО ПІДХОДУ ДО ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ УМІНЬ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ

Д.С.Ципіна, к.пед.н., ХНЕУ ім. С.Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — автором розглянуто доцільність використання ситуаційного підходу до формування комунікативних умінь майбутніх менеджерів. Наведено приклади комунікативних ситуацій для застосування на занятті з іноземної мови.

Ключові слова — ділова гра, кейс-стаді, комунікативні вміння, менеджер, ситуаційний підхід.

В процесі формування комунікативних умінь майбутніх менеджерів перш за все слід спиратися на специфіку їхньої майбутньої професійної діяльності, ситуаційну концепцію в менеджменті [3]. Ця концепція передбачає можливість глибокого аналізу зовнішніх і внутрішніх факторів розвитку підприємства, систематизації можливих варіантів організаційної поведінки людей і синтезу оптимальних для ситуації управлінських рішень. Значним внеском цієї концепції є те, що вона орієнтує на ситуаційне мислення з урахуванням об'єктивних умов функціонування, містить рекомендації з використання конкретних методів для прийняття рішень в конкретних ситуаціях. Ситуаційний підхід вироблює в практичному менеджменті усталені навички глибокого аналізу.

З урахуванням ситуаційної концепції у практичному менеджменті використовуються: метод ділових (управлінських) ігор, метод господарчих ситуацій, вирішення практичних задач менеджменту, метод контрольних тестів. Аналіз представлених інструментів дозволив дійти висновку про ефективність перших двох у вирішенні проблеми формування комунікативних умінь майбутніх менеджерів. По-перше, їх використання спрямовано на опанування магістрантами навичок і вмінь у підготовці та прийнятті управлінських рішень. По-друге, їх

застосування передбачає паралельний розвиток комунікативних умінь, їх оперативного та гнучкого застосування в нестандартних ситуаціях, уміння встановлювати комунікативну взаємодію під час роботи в команді.

Розглянемо використання такого методу розвитку комунікативних умінь майбутніх менеджерів, як ділові ігри [3]. Особливістю ділової гри є створення професійної ситуації, максимально наближеної до реальної. Вчений В.Рибальський зазначає: «В діловій грі відображаються реальні взаємозв'язки, що дійсно фігурують у системі управління, ті ситуації, які відбулися в минулому, спостерігаються сьогодні або можуть утворюватися в майбутньому. Правила управлінської гри не вигадуються, а є результатом глибокого аналізу функціонування реальних об'єктів» [2, с. 16].

Науковці Я.Бельчиков та М.Бірштейн акцентують увагу на пізнавальній меті і творчому характері ділових ігор: «Ділова гра імітує цілком конкретні умови виробництва, діяльність і відносини працівників. Її учасники мають ставити на передній план не ігрову мету, а пізнавальну (точніше, самовиховну). ... Насамкінець, учасники створюють, розігрують і розв'язують проблемні ситуації, спілкуючись один з одним» [1, с. 17].

Ділові ігри моделюють різноманітні ситуації ділового спілкування менеджера («Прийняття рішення щодо виконання конкретного завдання у професійній діяльності», «Перемовини», «Обговорення контракту» тощо). Завдяки наближенню їх змісту до майбутньої професійної діяльності відтворюється відповідне комунікативне середовище; студенти мають можливість практично застосовувати теоретичні знання із спеціальних дисциплін під час комунікації, оволодівати досвідом роботи в

команді, проявляти навички роботи з аудиторією. Наведемо приклади ділових ігор «Вступ на посаду керівника відділу», використання якої сприяє формуванню монологічних умінь, а також ділової гри «Влаштування на роботу», спрямованої на розвиток діалогічних умінь.

Крім ділових ігор особливої значущості під час формування комунікативних умінь майбутніх менеджерів набуває метод ситуаційного навчання, або кейс-стаді, який визначає спрямованість на формування вмінь правильно інтерпретувати ситуацію, знаходити альтернативні рішення, передбачати ймовірні наслідки та робити остаточні висновки.

Типовий кейс, або ситуаційна вправа, являє собою опис реальної ситуації, яка мала місце на практиці – у фірмі, окремому її підрозділі, секторі економіки, на даному ринку – і містить інформацію щодо місії фірми, її фінансового стану, становища на ринку, цілей, професіоналізму менеджерів і виконавців, її маркетингової ситуації, конкурентного середовища, наявних в оточенні шансів і загроз. Завдяки використанню кейсів у студентів, окрім розвитку аналітичної здатності, формуються ораторські вміння, вміння ставити питання, критичне мислення, виховується поважне ставлення до чужої думки, виробляється інтуїція.

Майбутня професійна діяльність менеджерів відрізняється своєю варіативністю та наявністю різноманітних комунікативних ситуацій. Тому аналіз таких ситуацій є надзвичайно важливим у процесі розвитку комунікативних умінь. У науковій літературі ситуація визначена як «така динамічна система взаємовідносин комунікантів, яка завдяки її віддзеркаленню у свідомості породжує особистісну потребу в цілеспрямованій діяльності та живить цю діяльність» [4, с.95].

З метою практичного створення ситуацій студентам необхідно володіти інформацією щодо виду взаємовідносин між комунікантами. Серед них виокремлено соціально-статусні, при яких співрозмовники є представниками певної

професійної, етнічної спільноти, вікової групи тощо; рольові, що виникають при виконанні ролей всередині групи, і ролей, що виконуються в процесі формального або неформального спілкування; діяльні – взаємовідносини спільної діяльності; а також моральні, які є формою і способом реалізації моральних відносин. Такий розподіл є умовним, оскільки будь-який тип взаємовідносин має синтетичний характер – домінування одного типу передбачає імпліцитну реалізацію інших.

Окрім гносеологічного аспекту особливий інтерес являє розгляд ситуації у функціональному аспекті. В процесі навчання ситуація є результатом комплексу об'єктивних і суб'єктивних факторів, які визначено як «ситуативна позиція» [4, с. 99]. До компонентів останньої належать: 1) вид діяльності; 2) сфера діяльності; 3) форма діяльності; 4) предмет обговорення; 5) моральні відносини; 6) соціальний статус суб'єкта спілкування; 7) мовленнєвий статус; 8) подія; 9) місце; 10) час; 11) наявність третьої особи (завжди при здійсненні РД); 12) об'єкти-знаки; 13) зовнішні дані суб'єкта спілкування; 14) світогляд суб'єкта спілкування; 15) моральні якості суб'єкта спілкування; 16) вольові якості суб'єкта спілкування; 17) інтереси суб'єкта спілкування; 18) почуття суб'єкта спілкування; 19) інтерактивна роль суб'єкта спілкування; 20) міжособистісна роль суб'єкта спілкування; 21) пресупозиція суб'єкта спілкування; 22) комунікативна задача [4, с. 99]. Змінення факторів ситуації є засобом керування висловлюваннями студентів і відповідним їх спрямуванням.

Задля ефективності використання ситуацій мовленнєвий матеріал слід організовувати навколо ситуацій як систем взаємовідносин співрозмовників, а їх зміст добирати такий, що відповідає інтересам майбутніх менеджерів. Застосування різноманітних комунікативних ситуацій на заняттях сприяє розвитку механізмів: дискурсивності (розвиток стратегії й тактики мовця), випередження (завдяки врахуванню реакцій співрозмовника), вибору (автоматичний ситуативний виклик

лексичних одиниць через їх співвіднесеність з мовленнєвими задачами). Крім того, розвиваються такі якості вміння, як цілеспрямованість (наявність мовленнєво-мисленнєвої задачі), продуктивність (створення кожного разу нового продукту), а також самостійність.

Приклади комунікативних ситуацій на заняттях:

Ситуація 1. Ви – менеджер фірми і маєте взяти участь у важливих перемовинах з представниками іншої фірми стосовно укладення угоди. На початку бесіди Ви бачите, що партнер налаштований прихильно, і тому емоційно, за допомогою енергійних жестів розповідаєте йому про всі переваги Вашого з ним співробітництва. Але потім Ви помічаєте, що він приймає «закриту» позу – схрещує руки на грудях, висловлює свою думку щодо даного питання, намагаючись не дивитися Вам в очі. Ваші дії?

Ситуація 2. Один з працівників на нараді персоналу зазвичай займає позицію протистояння. Всі вимушені вислуховувати докладні пояснення причин його незгоди. З цієї причини втрачається багато часу. Чи варто перервати промовця і запропонувати йому пов'язати своє висловлювання з предметом обговорення? Чи варто повторювати такий прийом, якщо він не подіяв відразу? Яким чином ще можна вплинути на працівника?

Ситуація 3. Після ознайомлення з організаційною структурою фірми, де Ви

влаштувалися на посаду менеджера відділу кадрів, та її господарчою діяльністю в минулому році, запропонуйте керівництву ввести необхідну/ прибрати зайву посаду.

Отже, у процесі формування комунікативних умінь майбутніх менеджерів ефективним є застосування ситуаційного підходу, що передбачає використання ділових ігор, кейс-стаді, а також моделювання комунікативних ситуацій професійної діяльності.

Список використаної літератури

1. Бельчиков Я.М. Деловые игры / Я.М.Бельчиков, М.М.Бирштейн. – Рига : АВОТС, 1989. — 304 с.
2. Игровые занятия в строительном вузе: Методы активного обучения / Под ред. профессора Е. А. Литвиненко, В. И. Рыбальского. – К.: Вища шк. Головное изд-во, 1985. – 303 с.
3. Казанцев А.К. Практический менеджмент: В деловых играх, хозяйственных ситуациях, задачах и тестах: Учебное пособие / А.К.Казанцев, В.И.Подлесных, Л.С.Серова. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 367 с.
4. Пассов Е.И. Коммуникативный метод обучения иноязычному говорению. – 2-е изд./ Е.И.Пассов. – М.: Просвещение, 1991. – 223 с.

Автори

Діана Савеліївна Ципіна, доцент кафедри педагогіки, іноземної філології та перекладу, ХНЕУ ім. С.Кузнеця (sundian@ukr.net)

Тези доповіді надійшли 24 січня 2019 року
Опубліковано в авторській редакції.