

**ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ УЧРЕЖДЕНИИ КАК УСЛОВИЕ РАЗВИТИЯ
КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ СТУДЕНТА**

Развитие личности, способной к реализации своих возможностей, здоровой, социально-устойчивой и одновременно мобильной, адаптирующейся, способной к самоопределению, самореализации, способной вырабатывать и изменять собственную стратегию в меняющихся обстоятельствах жизни и быть счастливой так можно сегодня определить цель и критерии успешности современного образования. Одним из условий, способствующих развитию такой личности, является уровень «развитости» корпоративной культуры любого образовательного учреждения и образовательного учреждения среднего профессионального образования, в частности.

Корпоративная культура – сумма общечеловеческих и профессиональных ценностей и убеждений, которые вместе с руководителем разделяют работники учреждения, организации.

Говоря о корпоративной культуре образовательного учреждения, мы понимаем ее, как «систему материальных и духовных ценностей, проявлений, взаимодействующих между собой, присущих данной корпорации, отражающих ее индивидуальность и восприятие себя и других в социальной и вещественной среде, проявляющуюся в поведении, взаимодействии, восприятии себя и окружающей среды».

Выпускник учреждения профессионального педагогического образования должен быть носителем корпоративной культуры. Как педагог он должен быть сам инициативен, уважать других, развивать инициативу, уважение к другому человеку; создавать воспитаннику, обучающемуся условия для раскрытия его потенциала; должен быть способен давать справедливую оценку деятельности каждого члена

коллектива (группы, класса, образовательного учреждения), стимулировать ответственность.

Развивать корпоративное поведение студента педагогического колледжа возможно тогда, когда жизнедеятельность в самом образовательном учреждении основывается на корпоративных ценностях, в основе взаимоотношений субъектов образовательных отношений лежат корпоративное деловое общение, корпоративная этика.

Корпоративная культура образовательного учреждения имеет свои особенности, например, в начале коллективного общения может быть принята определенная формула приветствия, имеются определенные этикетные нормы: статусные ограничения, определенная информация, неподлежащая разглашению, уважение мнения других и т.д.

Корпоративная культура выполняет среди других и коммуникативную функцию: через ценности, принятые в коллективе, нормы поведения обеспечиваются взаимопонимание субъектов образовательного процесса и их взаимодействие.

Формируя корпоративное поведение студента, нужно создавать условия для включения его в корпоративное общение: обучать общению, общаясь со студентами.

Для этого используются различные формы: учебное занятие, деловая беседа, дискуссия, деловая переписка... публичное выступление. В процессе публичного выступления студенты обучаются ставить определенные цели, конкретные задачи, продумывать логику выступления, выбирать языковые средства общения; продумывать используемые в процессе публичного выступления для передачи информации и воздействия на аудиторию невербальные средства: позу, жесты, мимику, взгляды, интонацию. Только в случае, если с аудиторией будет установлен психологический контакт, общение будет результативным, также результативность делового общения зависит от силы эмоционального

воздействия, внушения.

Навыки делового корпоративного общения, вышеперечисленные умения студенты могут развивать, участвуя в педагогических чтениях, научно-практических конференциях, при защите социально-педагогических проектов, курсовых и выпускных квалификационных работ. Будущие педагоги учатся логично и аргументировано излагать материал, актуализировать и защищать свои взгляды, воздействовать на чувства других, вызывать эмоциональный отклик.

В процессе общения будущие педагоги выражают ценности, носителями которых являются сегодня сами, а завтра будут эти ценности воспитывать у обучающихся независимо от того, в какую корпорацию они придут после окончания профессионального образовательного учреждения.

Профессия педагога требует от него готовности «работать в режиме диалога, взаимодействия», что предполагает сформированность у него умений особого рода: понимать себя и других, устанавливать психологический контакт, вести в общении, слушать, прогнозировать и оптимизировать межличностные отношения, свободно владеть речью.

В.А. Металева
РГППУ, г. Екатеринбург

ИДЕНТИФИКАЦИЯ КАК ВАЖНЕЙШЕЕ УСЛОВИЕ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОГО ИМИДЖА

Корпоративный имидж – сложный феномен, выполняющий помимо эмоционально-психологического воздействия на клиентов и партнеров огромную социальную роль в процессе влияния на общественное мнение, обеспечивающий результаты деловой активности и, что особенно важно, обеспечивающий устойчивую репутацию. А устойчивая репутация, как известно, обладает свойством и увеличивать объем производства, и давать