УДК 378

ФОРМИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ СТУДЕНТОВ ТЕХНИЧЕСКОГО ВУЗА В УСЛОВИЯХ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ

Зотов А.В.

Институт консалтинга и управления, Ульяновск, e-mail: av-zotov@mail.ru

В свете современных тенденций новые образовательные стандарты высшего образования предусматривают необходимость применения компетентностного подхода и для каждого вуза возможность создания собственных образовательных программ с ориентацией на требуемый «портрет выпускника», а именно – комплексную компетентностно-квалификационную характеристику персонализированного результата образовательного процесса. В статье представлены результаты педагогического эксперимента по проверке эффективности технологии формирования корпоративной компетентности студентов технического вуза при освоении модулей интегративного курса «Основы корпоративной компетентности». Курс предполагает междисциплинарную интеграцию и определенную коррекцию содержания уже существующих дисциплин. Цель эксперимента – проверка эффективности предлагаемой методики и специальной технологии, направленной на формирование корпоративной компетентности у студентов технического вуза. К рассмотрению предлагается корпоративная компетентность, сущность которой заключается в возможности успешно осуществлять профессиональную деятельность при соблюдении корпоративных условий в процессе управления производством, а также в готовности специалиста осуществлять корпоративное поведение. В статье характеризуются основные составляющие корпоративной компетентности: кооперативные, коммуникативные, информационные компетенции. Отбор и конструирование модульного содержания интегративного курса «Основы корпоративной компетентности» направлены на освоение корпоративной философии и закономерностей корпоративного управления, основных стратегий корпоративного развития, корпоративных коммуникаций и поведения. Структурирование содержания курса ориентирует студентов на этические и психологические проблемы корпоративной идентичности, имиджа специалиста и организации.

Ключевые слова: профессиональная подготовка, компетентностный подход, корпоративная компетентность, образовательный процесс, интегративный курс

THE FORMATION OF CORPORATE COMPETENCE OF TECHNICAL UNIVERSITY STUDENTS IN TERMS OF PROFESSIONAL TRAINING

Zotov A.V.

Institute of consulting and management, Ulyanovsk, e-mail: av-zotov@mail.ru

In the light of modern trends, the new educational standards of higher education provide for the need for a competence – based approach and for each University the ability to create their own educational programs with a focus on the required «portrait of the graduate», namely-a comprehensive competence-qualification characteristic of the personalized result of the educational process. The article presents the results of a pedagogical experiment to test the effectiveness of the technology of formation of corporate competence of technical University students in the development of modules of the integrative course «Fundamentals of corporate competence». The course involves interdisciplinary integration and some correction of the content of existing disciplines. The purpose of the experiment is to test the effectiveness of the proposed methodology and special technology aimed at the formation of corporate competence of students of technical University. Corporate competence is proposed for consideration, the essence of which is the ability to successfully carry out professional activities in compliance with corporate conditions in the process of production management, as well as the willingness of a specialist to carry out corporate behavior. The article describes the main components of corporate competence: cooperative, communicative, information competence. Selection and construction of modular content of the integrative course "Fundamentals of corporate competence" are aimed at mastering the corporate philosophy and laws of corporate governance, the main strategies of corporate development, corporate communications and behavior. Structuring the content of the course focuses students on ethical and psychological problems of corporate identity, the image of the specialist and the organization.

Keywords: professional training, competence approach, corporate competence, educational process, integrative course

Опираясь на идеологию современной системы образования, которая включает в себя

такие позиции, как воспитание, обучение, формирование жизненной позиции личности, можно утверждать, что она обусловливает взгляд на пути и способы освоения образовательных программ как на процесс, не ограниченный ни временем, ни формой образования.

Экономические и социокультурные реформы реализуются в России в контексте ориентации на глобальные мировые тенденции. Соответственно межкультурная интеграция требует развитой сети образовательных учреждений, которые доступны и приближены к различным профессиональным, социальным и возрастным группам населения. Требуемые характеристики современного образования – непрерывность, фундаментальность, целостность.

В настоящее время наблюдается значительный дефицит эффективных, системных и стабильных взаимосвязей педагогической науки и практики с обществом в силу кардинальных изменений социально-экономического и социокультурного характера, а также в силу незрелости гражданского общества и рыночных отношений в России. К примеру, это подтверждается недостаточной востребованностью выпускников образовательных учреждений на рынке труда, одна из причин которой может заключаться в недоверии рынка к качеству подготовки специалистов.

В Федеральной целевой программе развития образования на 2016–2020 гг., утвержденной постановлением Правительства РФ [1], говорится о необходимости создания такой образовательной инфраструктуры, которая могла бы для современной экономики обеспечить подготовку кадров, умеющих результативно взаимодействовать с разными работодателями и удовлетворяющих их ожидания. С этих позиций особое значение приобретает корпоративная компетентность специалиста как способность и готовность осуществлять свою профессиональную деятельность успешно в условиях корпоративного производства и управления.

Следует отметить, что понятие «корпоративная компетентность» является относительно новым в педагогической науке, не в полной мере изученным.

По определению Ю.Г. Одегова, любой организации требуется реализовывать свои основные цели – экономические, научно-технические, производственно-коммерческие и социальные. Соответственно корпоративную компетентность автор определяет как компетентность персонала на уровне, который нужен конкретной организации для реализации ее основных целей, при этом корпоративная компетентность будет отражать специфику и ценности этой организации [2].

По мнению Н.В. Демьянченко, пространство корпоративной компетентности, которая может рассматриваться как совокупность индивидуальных компетенций, будет

свидетельствовать о системных требованиях, которым должен соответствовать каждый вновь входящий в систему отношений, как и любой участник рабочего взаимодействия [3].

В то же время С.Г. Киров отмечает важность непрерывного профессионального саморазвития, в том числе корпоративной компетентности, в тесной взаимосвязи с развитием конкурентоспособности организации. Именно корпоративная компетентность является качеством специалиста, позволяющим ему перспективно проектировать свою профессиональную карьеру с ориентацией на стратегию развития той организации, в которой он работает, на поддержку ее конкурентоспособности [4].

Результатом теоретического исследования стало понимание, что в постиндустриальном обществе формируется новый тип человека-работника («ассоциативный человек»), от которого корпорация требует обладать ассоциативностью, т.е. способностью к групповой ассоциации и кооперации. Понятие «корпоративный сотрудник», кроме качеств квалифицированного специалиста, предполагает наличие корпоративных качеств, необходимых для работы в команде, готовность ответственно принимать самостоятельные решения, инициативность, коммуникативность, способность к творчеству и инновациям.

Таким образом, корпоративная компетентность приобретает статус номинальных требований работодателей для любой специальности и профессии.

Становление корпоративной компетентности начинающего специалиста обеспечивается условиями корпоративного управления, под влиянием ряда факторов при доминировании в профессиональной организации корпоративной философии и корпоративной культуры в восприятии, представлениях и поведенческих реакциях отдельных групп профессионального социума, в процессе корпоративной коммуникации, под влиянием корпоративного имиджа и даже корпоративного дизайна.

Однако представляется значимой и востребованной разработка механизма формирования корпоративной компетентности на этапе профессионального обучения в техническом вузе.

Актуальность изучения процесса формирования корпоративной компетентности будущих специалистов в вузе указывает на объективную потребность в разработке соответствующего направления прикладных междисциплинарных исследований на основе реализации компетентностного подхода [4, 5].

Цель эмпирического исследования заключалась в проверке эффективности предлагаемой методики и технологии формирования корпоративной компетентности студентов технического вуза при освоении интегративного курса «Основы корпоративной компетентности». Проведение педагогического эксперимента предусматривало решение

следующих основных задач: 1) определение уровней сформированности корпоративной компетентности студентов; 2) выявление уровней учебных достижений студентов при освоении обеспечивающих учебных дисциплин в соответствии с уровнями сформированности их корпоративной компетентности; 3) оценка адекватности сформированной корпоративной компетентности выпускников технического вуза ожиданиям корпоративных работодателей.

Гипотезой настоящего исследования выступило предположение о том, что формирование корпоративной компетентности студентов технического вуза будет эффективным при выявлении содержания, структуры и основных компонентов корпоративной компетентности, а также при условии, если содержание и технология реализации предлагаемого интегративного курса будут отражать взаимосвязь образовательной среды технического вуза и корпоративной среды будущей профессиональной деятельности.

В эксперименте приняли участие 560 человек. Эксперимент проводился в течение четырех лет. Для проведения исследования ежегодно формировались четыре экспериментальные (всего 290 человек) и четыре контрольные группы (всего 270 человек). Подготовка студентов в контрольных группах осуществлялась традиционными методами. Подготовка студентов в экспериментальных группах включала в себя реализацию интегративного курса «Основы корпоративной компетентности».

Материал и методы исследования

Изучение теоретико-методологических основ проблемы [6], а также обращение в процессе проведенного опроса к мнению и опыту корпоративных работодателей позволили определить сущность корпоративной компетентности как готовность специалиста осуществлять корпоративное поведение, гарантированное единством нескольких компетенций [7]. Назовем их.

Кооперативные компетенции определяются как способность и готовность находить партнеров для делового взаимодействия и объединяться с ними в группы для решения общих задач; осуществлять коллективное целеполагание и планирование; распределять задачи и роли; в определенных условиях и при необходимости брать на себя роль постоянного или ситуативного лидера группы, при этом быть дисциплинированным исполнителем; при решении общей корпоративной проблемы соотносить свои действия с действиями других участников сообщества; работать в группе с целью нахождения общего, взаимосогласованного решения; анализировать и разрешать противоречия, препятствующие эффективной работе команды; выражать адекватную и конструктивную обратную связь и коллективно подводить итоги, обеспечивая качественную рефлексию совместной

деятельности и ее результатов на основе учета вклада каждого участника; осуществлять коллективную презентацию продукта деятельности группы.

Коммуникативные компетенции – заключаются в способности и готовности устанавливать контакт и выстраивать коммуникацию с любым (по возрасту, полу, статусу, степени близости и знакомства и т.д.) типом собеседника, учитывая его особенности; обеспечивать конструктивное взаимодействие, соблюдая нормы и правила корпоративного общения в монологе и диалоге, а также при использовании средств невербального общения; убедительно и корректно аргументировать свою точку зрения, проявляя уважительное и терпимое отношение к чужому мнению; стимулировать собеседника к продолжению общения; корректно разрешать конфликтные ситуации в общении; в зависимости от ситуации и при необходимости изменять свое речевое поведение; адекватно оценивать результативность коммуникации; корректно завершать коммуникацию; применять в общении компьютерные, программные и иные средства телекоммуникации с позиции целесообразности их использования; организовывать деловые переговоры.

Информационные компетенции – выражаются в способности и готовности использовать информационные технологии в образовательном взаимодействии; анализировать, адекватно трактовать, критически оценивать, структурировать и систематизировать полученную информацию в контексте решаемой проблемы; презентовать ее в различных формах и с помощью различных доступных информационных средств, ориентируясь на запросы конкретного потребителя; четко и аргументированно выражать свою позицию по поводу решаемых задач; применять полученную информацию при планировании и реализации коллективной деятельности в конкретных условиях корпоративной среды; презентовать результаты своей деятельности и деятельности корпорации.

В процессе исследования были сформулированы принципы становления корпоративной компетентности, позволяющие обеспечить ее целостное, системное формирование: принципы опережения, эффективности, целесообразности, региональности, историчности, научности.

Новые образовательные стандарты высшего образования предоставляют возможность разработки и применения каждым учреждением собственных образовательных программ, содержательно ориентированных на обеспечение комплексной компетентностно-квалификационной характеристики персонального образовательного результата будущего специалиста, т.е. на требуемый «портрет выпускника». Соответственно для реализации концепции формирования корпоративной компетентности специалиста при обучении в техническом вузе был применен специально разработанный интегративный курс «Основы

корпоративной компетентности», предполагающий междисциплинарную интеграцию и определенную коррекцию содержания уже существующих дисциплин.

Отбор и конструирование модульного содержания интегративного курса «Основы корпоративной компетентности» направлены на освоение корпоративной философии и закономерностей корпоративного управления, основных стратегий корпоративного развития, корпоративных коммуникаций и поведения. Структурирование содержания курса ориентировало студентов на этические и психологические проблемы корпоративной идентичности, имиджа специалиста и организации.

В курс был включен тренинговый практикум с использованием современных форм и технологий активного обучения, что позволило создать необходимые психолого-дидактические условия для активизации образовательно-профессиональной деятельности студентов и усилить их мотивацию на достижение высокого уровня корпоративной компетентности.

Значимые качественные изменения в образовательной деятельности студентов достигались посредством организации перехода от ранее преобладавших и традиционных лекций и семинаров к интерактивным формам (деловые игры, разбор профессиональных кейсов) и далее к актуализации научно-исследовательской деятельности, разработке практико-ориентированных проектов и активной производственной практике. Трансформация образовательной деятельности студента в эффективную профессиональную деятельность будущего специалиста обеспечивалась созданием необходимых психолого-педагогических условий – максимальная ориентация на решение задач конкретной корпоративной среды, акцентирование внимания на выборе групповых вариантов взаимодействия, определение доли личной ответственности в принятии коллективных решений и создание ситуаций успеха.

Освоение интегративного курса «Основы корпоративной компетентности» осуществлялось студентами, обучающимися по направлениям 080000 «Экономика и управление», 080502 «Экономика и управление на предприятии в машиностроении», 080505 «Управление персоналом», 080507 «Менеджмент организаций» (уровень бакалавриата).

Уровни сформированности корпоративной компетентности студентов фиксировались преподавателями обеспечивающих дисциплин посредством текущего, рубежного и итогового контроля в специальных регистрационных картах. В конце семестра показатели сводились в итоговом компетентностном профиле студента.

На основе использования факторного анализа были выделены три уровня сформированности корпоративной компетентности: когнитивный (знаниевый), деятельностный и творческий (нестандартный).

На начальном этапе исследования был проведен констатирующий эксперимент, результаты которого свидетельствовали о том, что:

1) уровень сформированности корпоративной компетентности студентов вуза при традиционных подходах к обучению имеет недостаточную степень выраженности;

2) потенциальные работодатели в подавляющем большинстве высказались за включение корпоративной составляющей в профессиональную компетентность выпускника вуза и обозначили ее основные, по их мнению, компоненты;

3) профессорско-преподавательский состав показал достаточный уровень готовности для выполнения обучающих (дидактических и методических) функций по формированию корпоративной компетентности студентов, но недостаточный уровень для выполнения воспитательных функций.

Результаты исследования и их обсуждение

До внедрения названного интегративного курса в образовательный процесс студенты контрольных (КГ) и экспериментальных групп (ЭГ) были протестированы по показателям корпоративной компетентности: кооперативные компетенции, корпоративные компетенции, коммуникативные компетенции и информационные компетенции. Достоверных различий в показателях между группами выявлено не было (табл. 1).

Таблица 1

Результаты диагностики сформированности корпоративной компетентности студентов до начала эксперимента

Уровни сформированности	Экспериментальные группы		Контрольные группы	
Когнитивный (знаниевый)	190 человек	65,5%	182 человека	67,4%
Деятельностный	73 человека	25,2%	60 человек	22,2%
Творческий (нестандартный)	27 человек	9,3%	28 человек	10,4%

При последующей оценке уровней сформированности корпоративной компетентности студентов контрольных и экспериментальных групп использовались те же показатели, и диагностировались они в течение всего периода освоения испытуемыми интегративного курса «Основы корпоративной компетентности» в определенных диапазонах времени (семестр, учебный год), а также в первые два-три года работы после вуза.

Результаты диагностики показали, что освоение студентами экспериментальных групп интегративного курса позволило им значительно «обогнать» своих сверстников по

всем показателям сформированности корпоративной компетентности (табл. 2).

Таблица 2

Результаты диагностики сформированности корпоративной компетентности студентов по завершении эксперимента

Уровни сформированности	Экспериментальные группы		Контрольные группы	
Когнитивный (знаниевый)	18 человек	6,2%	155 человек	57,4%
Деятельностный	197 человек	67,9%	78 человек	28,9%
Творческий (нестандартный)	75 человек	25,9%	37 человек	13,7%

На заключительном (контрольном) этапе эксперимента был осуществлен мониторинг профессиональной деятельности выпускников после их трудоустройства, который резюмировался еженедельными аналитическими сводками, поступающими от работодателей.

Результаты мониторинга показывают, что 57% выпускников из контрольных групп остались работать на своих рабочих местах, а 43% выпускников были уволены практически сразу, в течение первых шести месяцев, т.е. по окончании испытательного срока, устанавливаемого корпоративным работодателем. При этом 4% выпускников уволились по собственному желанию, а 39% – по желанию работодателя.

В среде выпускников из экспериментальных групп ситуация сложилась следующим образом: 84% выпускников через год после выпуска и трудоустройства остались работать на своих рабочих местах, продвинулись по службе и получили повышение заработной платы. 16% выпускников из экспериментальных групп уволились из корпоративных предприятий, причем 11% – в связи с переходом на более перспективную работу, но уже на другое корпоративное предприятие. И только 5% выпускников из экспериментальных групп были уволены по причине несоответствия выдвигаемым корпоративным условиям.

Заключение

Результаты, полученные в ходе проведенного эксперимента по реализации интегративного курса «Основы корпоративной компетентности», подтвердили предположение о перспективе эффективного формирования корпоративной компетентности на этапе профессионального обучения у студентов технического вуза. При этом формирование корпоративной компетентности на основе использования современных технологий интерактивного обучения должно быть направлено на создание у обучающихся

целостного представления о предмете изучения, что предполагает единство всех компонентов корпоративной компетентности (кооперативной, коммуникативной и информационной компетенций), обеспечение динамики ее развития в ходе корпоративного взаимодействия, обогащение и наращивание опыта коллективного решения профессиональных задач, принятие корпоративной философии и ценностей профессиональной деятельности.

Список литературы

1. Постановление Правительства РФ от 23.05.2015 N 497 (ред. от 22.11.2017) «О Федеральной целевой программе развития образования на 2016 - 2020 годы» // Информационно-правовое обеспечение «Гарант». [Электронный ресурс]. URL: http://base.garant.ru/ 71044750/ (дата обращения: 06.04.2019).
2. Одегов Ю.Г., Руденко Г.Г., Бабынина Л.С. Экономика труда: учебник: в 2 т. /под ред. Ю.Г. Одегова. М.: Альфа-пресс, 2007. Т. 1. С. 678.
3. Демьянченко Н.В. Компетенция персонала как основа формирования конкурентных преимуществ организации в постиндустриальной концепции менеджмента // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2009. № 4-2. С. 99-106.
4. Киров С.Г. Андрагогические аспекты формирования корпоративной компетентности современного специалиста // Человек и образование. 2010. №1 (22). С.79.
5. Алисултанова Э.Д. Компетентностный подход в инженерном образовании: монография. М.: Изд-во «Академия естествознания», 2010. 96 с.
6. Харитонова Е.В. Об определении понятий «компетентность» и «компетенция» // Успехи современного естествознания. 2007. № 3. С. 67-68.
7. Зотов А.В., Андреев С.П. Корпоративная компетентность выпускников технического вуза: содержание, структура и пути формирования // Информационные и телекоммуникационные технологии. 2011. № 13. С. 31-37.