**ИНФОКОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК СИСТЕМООБРАЗУЮЩИЙ КОМПОНЕНТ СОВРЕМЕННОГО БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЯ**

**Мишук Сергей Сергеевич**

Высший государственный колледж связи

Реализация потенциала, представляемого сферой информационно-ком­муникационных технологий, в дальнейшем совершенствовании системы бизнес-образования является возможным в двух основных направлениях.

Во-первых, использование уже существующих инфокоммуникацион­ных технологий для удовлетворения текущих запросов рынка образова­тельных услуг, предъявляемых к такому важному компоненту современного образования, каким является бизнес-образование.

Во-вторых, учет сущностных характеристик сферы инфокоммуникаци­онных технологий как нового фактора глобального системообразования. Данный фактор уже приобретает характер парадигмального по степени его воздействия на различные сферы жизнедеятельности социума. Причем степень его воздействия возрастает с ростом «интеллектуальной емкости» конкретной сферы общественной жизни. Те области человеческого бытия, где информационно-коммуникационные технологии зародились и начали первоначально развиваться, в наибольшей степени и испытывают на себе их воздействие.

В рамках первого направления в настоящее время можно зафиксиро­вать несколько общепризнанных потребностей и проблем функционирова­ния и развития бизнес-образования. Непрерывность образования все больше делает акцент на постоянное получение новых знаний и личностных компетенций, в ряде случаев отдавая им предпочтение по сравнению с уже имеющимся у сотрудника дипломом и ученой степенью. Потребность постоянного обновления знаний, с одной стороны, и нецелесообразность длительного отрыва от производственных процессов, с другой, стимули­руют спрос на более короткие по продолжительности и сконцентрирован­ные по времени программы. (Классические программы МВА могут «уплотняться» до одного года вместо традиционных двух лет.) С этим фактором связано и возрастание значимости самой формы обучения: все чаще предпочтение отдается форме обучение «без отрыва от производства» (в вечернее время или модульная). Существенно возросла сегментация слушателей и программ по функциональной специализации и по уровню компетенции и ответственности (МВА-маркетинг, МВА-финансы; в программах МВА выделились программы «Executive MBA», предназначен­ные для топ-менеджеров). И наконец, наблюдается постоянная интернацио­нализация программ МВА, выражающаяся как в росте количества иност­ранных студентов на этих программах, так и в содержательном учете специфики деятельности на различных рынках.

Информационно-коммуникационные технологии предоставляют необ­ходимые средства для удовлетворения вышеперечисленных потребностей и решения возникающих в связи с ними проблем.

Наличие общемировой коммуникационной среды делает доступными получение новых знаний и личностных компетенций каждым человеком, вне зависимости от его местожительства. Имеются все объективные, техни­ческие возможности для превращения данного процесса в действительно непрерывный. При этом не требуется отвлекать сотрудника от выполнения должностных обязанностей – дистанционное обучение можно осуществлять в удобное для обучающегося время. Соответственно «снимается» проблема численности учебных групп – имеющиеся различные программы обучения могут легко предоставляться любому количеству слушателей. При этом инфокоммуникационные технологии позволяют достаточно эффективно учитывать различный уровень компетенции обучающихся и моделировать необходимые для них программы и учебные модели. Применение компанией IBM в 1990 гг. определенных программных средств, модели­рующих бизнес-процессы, давало наглядное представление о реальных процессах и способствовало выработке соответствующих принципов реше­ния реальных бизнес-задач. Для топ-менеджеров реализовать данные учебные модели несколько сложнее, так как необходимо включать в учеб­ные системы большее количество факторов. Но для менеджеров среднего звена создание и использование соответствующих информационно-комму­никационных средств демонстрирует свою безусловную эффективность.

В рамках второго направления формируются цели фундаментального преобразования системы бизнес-образования и, соответственно, должны ставиться задачи поэтапного реформирования его сущностных компонен­тов.

В настоящее время идет обсуждение проблемы изменения парадигмы бизнес-образования. Основными чертами новой парадигмы называют, во-первых, изменение способа «научения» – от пассивного восприятия знаний к обучению посредством выполнения проектов. Во-вторых, трансформация содержания – от стандартизированного к клиентоориентированному инди­видуализированному образованию. В-третьих, отсутствие «привязки» обу­чающегося к конкретному месту нахождения учебного центра и времени обучения.

Однако, на наш взгляд, данные черты не являются парадигмальными по своей сути; они реализуются в рамках указанного выше первого направления.

А реализация второго направления требует более глубокого анализа процессов изменения фундаментальных основ образования как феномена и атрибута человеческого бытия, как социокультурного явления в связи с превращением информационно-коммуникационных технологий в глобаль­ный системообразующий фактор. Особое значение при этом приобретает изучение происходящих в этой связи изменений в социокультурных пространстве и времени.

Помимо вышеназванных, совершенно необходимо исследование изме­нений, происходящих в целях и предельных основаниях образования, а также возникающих на их основе трансформации способов организации системы образования в социуме.

Следует также подвергнуть анализу изменяющиеся в настоящее время идеалы образованности и возникающие новые образовательные парадигмы и нормативы индивидуально-личностных характеристик обучающихся.

Очевидно, что данные проблемы требуют специального исследования. На современном этапе развития информационного общества уже возникает необходимость трансформации фундаментальных основ как образования в целом, так и бизнес-образования как его элемента, связанная именно с потребностью постоянной смены личностных компетенций сотрудника.

С одной стороны, практика показывает, что личностные компетенции в сфере информационно-коммуникационных технологий легко утрачиваются при отсутствии постоянной практики, и так же легко вспоминаются при ее восстановлении. Сама сфера инфокоммуникационных технологий меняется чрезвычайно быстро, и изучать все большее количество новых программ не представляется возможным. В результате вновь возникает потребность в формировании более общего, фундаментального образования, ориентиро­ванного на сферу информационно-коммуникационных технологий, которое позволяло бы осваивать новые программы как конкретное применение более общих знаний.

С другой стороны, целью бизнес-образования является подготовка менеджеров, способных принимать правильные решения в различных ситуациях. А современная психология четко показывает, что основаниями при принятии решений в нестандартных ситуациях служат, главным образом, факторы, которые прямо не связаны с конкретной ситуацией. Эти факторы относятся к более глубоким структурам человеческой психики. Поэтому для принятия эффективных решений в условиях распространения инфокоммуникационных технологий требуется выработка определенного стиля мышления, соответствующего данному компоненту социокультурной реальности. Следовательно, необходимо не просто обучать некоему переч­ню конкретных программ, а формировать базовые знания и навыки функционирования, общения и поведения в виртуальной среде, не отры­ваясь от реального мира. И здесь без обучения в самой среде информа­ционно-коммуникационных технологий не обойтись. Постоянная работа в данной среде формирует необходимые навыки и определенным образом меняет и работу самого мозга, то есть вносит изменения в психологию человека, принимающего решения. И эти изменения соответствуют меня­ющейся под воздействием инфокоммуникационных технологий бизнес-среде. Иными словами, сфера ИКТ сама создает социальный заказ на определенный тип образования и одновременно формируют систему средств и технологий, позволяющих его выполнить.

Таким образом, во-первых, современное бизнес-образование должно осуществляться с помощью информационно-коммуникационных техноло­гий как необходимой системы средств, методов и инструментов.

Во-вторых, оно должно реализовываться в среде инфокоммуникацион­ных технологий как особой сфере реальности, позволяющей сформировать необходимые личностные компетенции и. что еще более важно, соответ­ствующий стиль мышления.

В-третьих, бизнес-образование должно иметь в качестве важнейшей ориентацию на дальнейшую работу именно в сфере информационно-коммуникационных технологий, проникающей во все элементы глобальной экономической системы, присутствующей в них и преобразующей данные элементы по единым процедурам и нормам.

В-четвертых, построение системы образования должно учитывать тот факт, что сама система информационно-коммуникационных технологий превратилась в огромный самостоятельный и наиболее динамично развивающийся элемент современной глобальной экономической системы, который выдвигает и специфические требования как к уровню образования, так и к стилю мышления занятых в нем сотрудников.