

Таким образом, информационно-коммуникационные технологии являются эффективным средством обучения, контроля, мотивации и управления учебным процессом, так как это важнейший параметр современной социокультурной системы. Интернет-ресурсы – современное популярное средство знакомства с культурой других стран и народов, общения, получения информации и неиссякаемый ресурс образовательного процесса.

Литература

1. **Вербицкая, М. В.** Методическое письмо об использовании результатов единого государственного экзамена 2006 года в преподавании иностранных языков в средней школе / М. В. Вербицкая, К. С. Махмурян // Иностранные языки в школе. – 2007. – № 3. – С. 2–26.

УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИЕЙ ПЕРСОНАЛА КАК ИНСТРУМЕНТ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

Русак Анна Николаевна

Учреждение образования «Минский государственный
лингвистический университет», Минск
annarusak@inbox.ru

Процесс становления и развития корпоративной культуры требует качественно новых системных подходов к построению системы управления коммуникацией в компании. Без отлаженного процесса коммуникации внутри организации не представляется возможным сформировать эффективную модель управления персоналом.

Постоянная динамика и изменчивость внешней бизнес-среды ставят перед руководством организации вопросы о необходимости управления коммуникацией с сотрудниками, потребителями, партнерами, с широкой общественностью. Такое управление предполагает установление целенаправленной систематически развивающейся коммуникации с различными группами стейкхолдеров.

Эффективно выстроенная система внутренней коммуникации в организации является одним из основных инструментов корпоративной культуры как открытой системы, зависящей от внутренних и внешних факторов.

Создание эффективной системы управления внутренней коммуникацией позволит организации решить следующие задачи:

1. Повышение уровня информированности персонала организации:
 - развитие горизонтальной и вертикальной коммуникации;
 - информирование о планах развития компании;
 - обеспечение коммуникации с удаленными сотрудниками.
2. Повышение уровня лояльности персонала:
 - организация рабочих групп;
 - формирование команды.
3. Повышение степени вовлеченности персонала:
 - развитие мотивационных программ;

- создание банка идей по развитию компании;
 - проведение опросов, голосований, рейтингов;
 - создание фото- и видео-библиотек.
4. Обеспечение условий для обучения и профессионального роста персонала:
 - разработка методов оценки и развития компетенций персонала;
 - разработка программы корпоративного обучения;
 - создание библиотеки обучающих материалов;
 - внедрений технологий обмена опытом.
 5. Формирование позитивной внутриорганизационной культуры коммуникации.

Корпоративная культура организации играет важную роль в общей стратегии развития и конкурентоспособности организации и должна ориентировать персонал на более быстрое принятие инновационных решений и генерацию новых идей [1]. Так, разработка ценностей должна осуществляться самими работниками организации.

Формирование эффективной системы коммуникации должно проходить в несколько этапов:

1. Общая оценка управленческой среды;
2. Анализ организационной структуры;
3. Анализ системы корпоративной коммуникации (каналов коммуникации и их эффективности);
4. Разработка альтернативных вариантов и рекомендаций по построению внутренней коммуникации;
5. Внедрение изменений (развитие каналов коммуникации);
6. Обучение персонала, ответственного за внутреннюю коммуникацию;
7. Контроль внедрения изменений (развитие системы отчетности и KPI);
8. Создание внутренней локальной сети;
9. Выстраивание системы сбора обратной связи (определение форм коммуникации, которые работники считают наиболее целесообразными и эффективными);
10. Аудит разработанной системы корпоративной коммуникации.

Так как внутренняя коммуникация является процессом взаимодействия между сотрудниками, в ходе которого происходит передача и обмен информацией, то она будет успешной только в случае прохождения всех вышеперечисленных этапов.

В каждой конкретной организации существует собственная корпоративная культура, которой характерны определенные средства и каналы формального или неформального обмена информацией.

Существует много классификаций таких каналов.

- печатные средства организационной коммуникации (периодические новостные издания, публикации, инструкции, письма и т. д.);
- вещательные каналы коммуникации (внутрикорпоративное телевидение и радио, видеоконференцсвязь);
- электронные коммуникации (электронная почта, электронная конференц-связь, Интернет, корпоративный портал, сервисы мгновенного обмена текстовыми сообщениями).

В настоящее время именно электронные коммуникации позволяют сотрудникам совместно использовать информацию и оперативно принимать решения,

что способствует установлению эффективной внутрикорпоративной коммуникации.

К преимуществам такой коммуникации относятся:

- возможность размещения больших массивов информации;
- создание и поддержание постоянного информационного поля;
- мгновенный контакт с аудиторией, доставка необходимой информации через многопользовательские сообщения каждому из сотрудников компании;
- адаптация сообщений;
- возможность быстрого запроса и поиска в базе данных.

Как показывает анализ опыта развитых стран, инвестиции в сферу информационно-коммуникационных технологий следует рассматривать комплексно: как инвестиции в коммуникации, информационно-коммуникационные технологии, онлайн-сервисы, а также в человеческий капитал [2].

Организация коммуникации на основе использования средств информационных технологий включает использование таких основных внутрикорпоративных форм, как:

1. Внутрикорпоративная электронная почта – самая простая и доступная интернет-коммуникация для сотрудников организации.

2. Корпоративный портал – это вход в корпоративные и внешние информационные ресурсы через Интернет, которые позволяют управлять каналами коммуникации. Через корпоративный портал многих компаний сотрудники сегодня могут получать информацию о стратегических целях компании, планах развития компании, принятых в компании процедурах.

Обобщая опыт отечественных и зарубежных компаний, раздел, посвященный внутренней коммуникации на портале, может состоять из следующих подразделов:

- Раздел «Идеи и мнения»

Сотрудники могут предлагать свои идеи. Для руководства важно обеспечить своевременную обратную связь, реакцию на идеи, что может отражаться в изменении статуса предложенной идеи. Например: «Принята для рассмотрения», «В работе», «Для обсуждения», «Реализована», «Отклонена» и др.

- Раздел «Блоги»

Сотрудники могут делиться своим опытом, спрашивать совета у коллег.

- Раздел «Группы по интересам»

Сотрудники могут объединяться в группы по интересам, например, спорт, изучение иностранных языков, путешествия и т. п.

- Раздел «Рассылка»

Каждый сотрудник сам выбирает, что ему интересно, и подписывается на соответствующие темы (как касающиеся рабочего процесса, так и развлекательные).

- Раздел «Благодарности»

Каждый сотрудник может высказать благодарность коллеге в оказании профессиональной помощи.

- Раздел «Опросы»

Каждый сотрудник может создавать определенные группы опросов, который по желанию можно ограничить по подразделению, проекту и т. д.

- Раздел «Объявления»

Например, это могут быть объявления среди сотрудников организации по покупке, продаже, аренде, прокате и т. д.

- Раздел «Комментарии»

Сотрудники комментируют работу, то есть организация потоков прямой и обратной связи.

3. Сервисы мгновенного обмена текстовыми сообщениями.

Это средства, базирующиеся на внутренней корпоративной сети или внешней сети Интернет, позволяют территориально распределенным группам участвовать в решении задач и их обсуждениях в режиме реального времени.

Для организации коммуникации между сотрудниками существует множество сервисов (SOCOCO, GoToMeeting, Cisco WebEx, Skype для бизнеса, итрикс24, ooVoo, Slack, Join.me, Google Hangouts, Whatsapp, WeChat, Viber и др.). Многие сервисы интегрированы с социальными сетями. Некоторые сервисы имеют функцию – перевод, позволяющую моментально обрабатывать получаемые сообщения, что в свою очередь позволяет выстраивать эффективную кросс-культурную коммуникацию.

Таким образом, развитие и совершенствование каналов и средств внутриорганизационной коммуникации будет способствовать успешному функционированию всех сотрудников и формированию положительной корпоративной культуры компании.

Литература

1. **Персикова, Т. Н.** Межкультурная коммуникация и корпоративная культура : учеб. пособие. – Москва : Логос, 2009. – 224 с.

2. **Measuring the Information Society Report 2016** [Электронный ресурс] // Международный союз электросвязи. – Режим доступа: <http://www.itu.int/net4/ITU-D/idi/2016/#idi2016-rank-tab>. – Дата доступа: 10.01.2017.

ЗАРУБЕЖНЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПОЕЗДКИ ДЛЯ СТУДЕНТОВ: ОПЫТ И НОВЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ

Садовская Екатерина Юрьевна¹

Пыко Александр Владимирович¹

Белорусский государственный университет,
Институт бизнеса и менеджмента технологий, Минск
sadovskaya@sbmt.by, pyko@sbmt.by

...Иногда один день, проведенный в других местах,
дает больше, чем десять лет жизни дома.

А. Франс

Современная система образования и воспитания постоянно видоизменяется, коммуникационные информационные технологии позволяют разнообразить содержание и наладить общение по всему миру, однако одной неизменной составляющей, обогащающей студента, остается образовательный туризм.