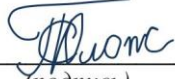


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Юго-Западный государственный университет

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий кафедрой
региональной экономики и
менеджмента
(наименование кафедры полностью)


(подпись) Ю.С. Положенцева

« 31 » 08 2026 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА
для промежуточной аттестации обучающихся
по комплексному модулю № 3 «Современные практики управления,
командной работы и межкультурного взаимодействия»

38.04.02 Менеджмент
направленность (профиль) «Стратегический менеджмент»

ОПОП ВО реализуется по модели практико-модульного обучения

1. БАНК ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ЭКЗАМЕНА ПО КОМПЛЕКСНОМУ МОДУЛЮ В ФОРМАТЕ АССЕСМЕНТА КОМПЕТЕНЦИЙ

Из практических заданий, приведенных ниже, формируется 7 экзаменационных билетов, в каждом из которых – 5 практических заданий (равное количеству компетенций, закрепленных за данным модулем).

Каждое практическое задание проверяет сформированность у обучающегося одной какой-либо компетенции (код проверяемой компетенции приведен в скобках после наименования типа задания).

Каждый экзаменационный билет проверяет сформированность у обучающегося всех компетенций, закрепленных за данным модулем.

1.1 Практические задания для проверки сформированности УК-1

Задание 1.

РАЗБОР КОНКРЕТНОЙ СИТУАЦИИ (УК-1)

КОНКРЕТНАЯ СИТУАЦИЯ «"ФОРД" ВЧЕРА, СЕГОДНЯ И ЗАВТРА»

Генри Форд был великим руководителем. Он представлял собой архетип авторитарного предпринимателя прошлого. В начале XX века на фирме «Форд Мотор» только один человек принимал решения с любыми последствиями. Общие же принципы Форда были суммированы в одной фразе: «Любой покупатель может получить автомобиль, любого цвета, какого пожелает, пока автомобиль остается черным». Форд сделал свою модель «Ти» настолько дешевой, что ее мог купить практически любой работающий человек.

Примерно за 12 лет Форд превратил крошечную компанию в гигантскую отрасль, изменившую американское общество. Более того, он сделал это, постигнув, как построить автомобиль, продаваемый всего за 290 дол., и платя своим рабочим одну из самых высоких ставок того времени – 5 дол. в неделю. Так много людей купили модель «Ти», что в 1921 г. «Форд Мотор» контролировала 56 % рынка легковых автомобилей США и заодно почти весь мировой рынок.

В то время как «Форд Мотор» сохраняла верность черной модели «Ти» и традиции, согласно которой босс командует, а остальные выполняют, фирма «Дженерал Моторс» ввела в практику частые замены моделей, предлагая потребителю широкий ассортимент стиливых и цветовых оформлений и доступный кредит. Доля «Форд Мотор» на рынке резко сократилась, а рейтинг ее руководителей сильно снизился. В 1927 г. фирма была вынуждена остановить сборочный конвейер, чтобы переоснастить его под выпуск весьма запоздавшей модели «А». Это позволило «Дженерал Моторс» захватить 43,5 % автомобильного рынка, оставив «Форду» менее 10 %.

Несмотря на жестокий урок, Форд так и не смог прозреть. Вместо того чтобы учиться на опыте «Дженерал Моторс», он продолжал действовать по старинке. В следующие 20 лет фирма «Форд Мотор» едва удерживалась на третьем месте в автомобильной промышленности и почти каждый год теряла деньги. От банкротства ее спасало только обращение к резерву наличных в 1 млрд. дол., который Форд скопил в удачные времена.

«Форд» – вторая в сегодняшнем мире автомобилестроительная компания в 1994 г. бросила вызов своим конкурентам. Впервые в своей истории компании ставила цель превратиться во всемирную корпорацию, разрушить национальные и региональные барьеры, которые мешают ей продвигаться по пути создания «универсальных» моделей автомобилей, ориентированных на общемировой рынок сбыта.

Стремясь повысить эффективность своих громадных инвестиционных программ и одновременно расширяя гамму собственной продукции, все пользующиеся мировой известностью автомобилестроительные компании сталкиваются с одной и той же сложнейшей проблемой. Им необходимо сократить цикл доведения продукции до рынка и в то же время буквально на ходу «впрыгивать» во вновь возникающие его секторы, будь то многоцелевые автомобили, спортивные машины или микролитражки.

Они должны сократить свои огромные расходы по выпуску материалов и комплектующих, а сделать это можно, если отказаться от региональной замкнутости и обратиться к мировым ресурсам деталей и систем.

Крупные японские фирмы «Тойота», «Ниссан» и «Хонда» сколько-нибудь значимо вступили на мировые рынки всего 20 лет назад. Благодаря преимуществам иных средств связи у них сложились более рациональные организационные структуры. Во многом благодаря этому во всех регионах мира та или иная японская фирма продает, по существу, один и тот же автомобиль. Например, модель «Королла» компании «Тойота», продаваемая в Северной Америке, мало отличается от той, что продается в Европе или в самой Японии. Если говорить об основных характеристиках, то машина разрабатывалась и конструировалась только один раз, хотя сборка ее осуществляется на четырех континентах.

Напротив, дочерние компании американских гигантов «Форд Европа» и «Дженерал Моторс Европа» создавались как полностью независимые автомобилестроительные фирмы с законченным циклом производства. В течение долгих лет большая часть их продукции проектировалась, разрабатывалась и конструировалась с ориентацией только на европейский рынок (иногда, правда, предусматривался некоторый экспорт в другие части света). Таким образом, они дублировали, а не дополняли деятельность своих материнских компаний в Северной Америке. В рамках своей революционной перестройки компания «Форд» планировала создать подразделение «Форд Аутомотив Оперейшнс», в котором эффективно слились бы европейское и североамериканское направления бизнеса, а также фордовская группа компаний-производителей автомобильных деталей. «Форд» реорганизовалась так, что на смену практически независимым региональным компаниям должны были прийти несколько глобальных, построенных по видам выпускаемой продукции направлений – в форме пяти центров автомобилестроительных программ (ЦАП). Четыре из них должны были быть созданы в Северной Америке, один – в Европе.

«Объединив все наши технологические процессы и избавившись от дублирования в работе, мы смогли бы оптимально использовать наши творческие и технические ресурсы», – считал председатель правления компании, ее главный управляющий Алекс Тротман. Он заявил далее, что новый подход компании «Форд» к делу обеспечит потребителей более широкой гаммой автомашин в большинстве секторов рынка и создаст гарантии высокой конкурентоспособности компании как по качеству, так и по стоимости продукции на фоне даже самых сильных соперников во всем мире.

В то же время упрощение процессов конструирования, материально-технического снабжения и других видов деятельности «существенно сократит издержки компании». Согласно этой оценке, потенциальная экономия вследствие реорганизации к концу десятилетия составила бы не менее 2–3 млрд. дол. в год.

Уже более 10 лет компания нащупывала свой путь к расширению масштабов своей деятельности на весь мир. Ее высшее руководство давно испытывало буквально танталовы муки в поисках «философского камня» – так называемого общемирового автомобиля, а также жаждало добиться экономии, связанной с «однократной» разработкой изделий для его производства и продажи на различных континентах.

Первая попытка была сделана в конце 70-х годов XX века, когда была предложена общая программа создания модели «Форд Эскорт» в Европе и в Северной Америке. Однако автомашины, сошедшие с конвейеров в начале 80-х годов, не имели между собой ничего общего, кроме названия и овальной голубой фордовской эмблемы на радиаторе. За прошедшие несколько лет компания «Форд» существенно приблизилась к своей давней мечте, приступив к реализации шестимиллиардной программы создания общемирового автомобиля «Мондео». Она стала попыткой разработать «универсальную» машину, призванную заменить как «Сьерру» в Европе, так и «Форд Темпо»/«Меркьюри Топаз» в Северной Америке. Компания рассматривала «всемирный автомобиль» как ключ к будущему.

Хотя эта фордовская система оформлялась в течение нескольких лет, она за несколько недель до назначенного срока была подведена под единую «электронную крышу» – так назвала компания свою новую организацию объединенных конструкторских работ, расположенную в Дирборне (штаг Мичиган). Другие главные центры – в Дантоне (Англия), Кельне (Германия), Турине (Италия), Валенсии (Калифорния), Хиросиме (Япония) и Мельбурне (Австралия). Сеть (спутниковая связь, проводные кабели и наземные линии), приобретенная у поставщиков электронной связи, позволяет в каждой точке этой системы использовать местных экспертов или оборудование на благо компании «Форд» в целом.

«Теперь инженеры могут быстро обмениваться информацией и решить, подходит ли для данной машины, скажем, определенный тип кондиционера. Такое взаимодействие сократит в будущем процесс создания новой модели до 24 месяцев против 35 месяцев, что ушли на создание "Мустанга" 1994 г., хотя и эта цифра значительно ниже средней по отрасли в США – 54 месяца».

Замысел компании «Форд», говорят независимые эксперты, состоит в том, чтобы ускорить процесс моделирования при помощи компьютерной сети, не исключая при этом человеческого суждения и личного взаимодействия. Суть программы «Форд 2000» – «универсальность» и отход от старого принципа производства автомобилей, предназначенных для определенных рынков. Теперь компания «Форд» намерена выпускать модели, которые (возможно, с незначительными изменениями) будут продаваться и в Старом Свете, и в Новом Свете, и в Азии. Благодаря этой программе компания «Форд» планирует значительно сократить расходы не только на разработку новых автомобилей, но и на их производство. Ее приоритет – ориентация на весь мир.

Программа «Форд 2000» позволит компании гораздо быстрее реагировать на нужды региональных рынков. Сегодня, если все европейские родители вдруг решат подарить своим детям по «Фиесте» компания «Форд» ничем не сможет им помочь – мощности не позволяют. В будущем можно будет подключить мощности сразу нескольких заводов. Кроме того, фирма будет быстрее реагировать на изменение покупательского вкуса (в чем японцы пока обгоняют Америку) – время на разработку модели благодаря слаженной работе дизайнерских и технических центров по всему миру будет сокращено. Цель – сократить время рождения новой модели с трех до двух лет, а разработку мотора – с одного года до трех месяцев. (Виханский О.С., Наумов А.И. Практикум по курсу «Менеджмент»/Под ред. А.И. Наумова. М.: Гардарики, 1998.)

ВОПРОСЫ К КОНКРЕТНОЙ СИТУАЦИИ:

1. Поясните, на основе системного анализа, как эволюционизировал подход к управлению в данной компании? Можно ли последний подход считать стратегическим? Какие параметры внешней среды влияют на компанию «Форд» и какие являются решающими для поведения компании в прошлом и в настоящем?

2. В чем принципиально изменился подход компании «Форд» к взаимодействию с внешней средой в начале 90-х годов XX в.? В чем преемственность подходов по взаимодействию с внешней средой в прошлом (начало XX века) и настоящем (программа «Форд 2000»)?

Задание 2.

РЕШЕНИЕ КЕЙС-ЗАДАЧИ (КЕЙСА) (УК-1)

Свяжите управленческие концепции и школы с именами их авторов (ниже представлена неверная последовательность, укажите правильные фамилии ученых в соответствии с научной концепцией). Поясните при решении задачи, какие основные стратегические направления разработали ученые в своей профессиональной деятельности.

Ф. Тейлор	классическая концепция
Ф. Гилбретт	рационалистическая концепция
А. Файоль	законы организации труда
М. Вебер	поведенческая концепция
М. Фоллетт	рационалистическая концепция
Э. Мэйо	школа человеческих отношений
Ч. Бернард	концепция организационного управления
П. Друкер	концепция физиологического оптимума
А. Маслоу	концепция «7S»
К. Адамецкий	производственная трактовка
А.А. Богданов	концепция административной емкости
О.А. Ерманский	концепция узкой базы
А.К. Гастев	концепция организационной деятельности
Е.Ф. Розмирович	производственная трактовка
П.М. Керженцев	социально-трудовая концепция управления
Н.А. Витке	классическая концепция
Ф.Р. Дунаевский	школа человеческих отношений

Задание 3.

РЕШЕНИЕ КЕЙС-ЗАДАЧИ (КЕЙСА) (УК-1)

Изучите учебную литературу и системно отразите историческое развитие направлений менеджмента в хронологической последовательности.

ИСТОРИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ НАПРАВЛЕНИЙ МЕНЕДЖМЕНТА В ХРОНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТИ										
Временной период, ученый	Общий менеджмент	Бизнес-экономикс	Сравнительный менеджмент	Трудовые отношения / учр	Производственный менеджмент	Стратегия	Маркетинг	Организационное поведение	Финансовый менеджмент (финансы и бухгалтер)	... т.д.
Адам Смит (1723-1790)		+			+	+				
Анри Файоль (1841-1925)	+									
Фредерик Уинслоу Тейлор (1856-1915)	+			+	+	+		+		
... п										

Задание 4.

РЕШЕНИЕ КЕЙС-ЗАДАЧИ (КЕЙСА) (УК-1)

По основам системного мышления и используя управленческую литературу, заполните нижеприведенную таблицу «Основные характеристики и ученые в истории управленческой науки»

ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ И УЧЕНЫЕ В ИСТОРИИ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ НАУКИ		
Этап истории	Основные характеристики и существенные признаки исторического этапа	Фамилия ученого в конкретном этапе исторического развития управленческой науки
Классический этап развития управления	Развитие принципов административного управления, основанных на универсальности	А. Файоль
Технологический этап производства в развитии управления	Развитие принципов производительности, базирующихся на технологических аспектах производства, на человеческом факторе и организационных процессах	Г. Эмерсон
...		
...		
... п		

Задание 5.

РЕШЕНИЕ КЕЙС-ЗАДАЧИ (КЕЙСА) (УК-1)

Система образования действует на основе принципов системного подхода. Вузы можно рассматривать как социальные системы. Задачей администрации вуза является набор студентов, перевод их на следующий курс, осуществление контроля, составление расписаний, утверждение рабочих учебных планов и т.д. Задача преподавателей - дать совокупность знаний, помогающих профессиональной подготовке, сформировать научное и творческое мышление, собственное мировоззрение и т.д. Задача студентов - усвоить материал.

ВОПРОСЫ:

1. Насколько представленные здесь задачи основных элементов системы обеспечивают целостность и воспроизводство всей системы в целом? Какие еще элементы могут быть включены в эту систему?
2. Определите, с помощью критического мышления и анализа проблемных ситуаций, наиболее типичные конфликты, вызванные противоречиями между решениями, принимаемыми субъектами учебного процесса. Определите способы возможного решения таких конфликтов.

Задание 6.**РЕШЕНИЕ КЕЙС-ЗАДАЧИ (КЕЙСА) (УК-1)**

В проектно-информационном отделе компании работали инженерами две женщины – Анастасия М. и Елена И. Они пришли в организацию одновременно, но стиль их работы сильно различался. Анастасия была на редкость добросовестна, пунктуальна и требовала того же от подчиненных, к тому же не отказывалась от внеплановой работы. Елена, в свою очередь, работала нестабильно, периоды активности чередовались у нее со спадами настроения и работоспособности, она жаловалась на давление, раздражение, но на больничные никогда не ходила, объясняя это тем, что не хочет терять в зарплате. Руководитель всегда шел ей на уступки, зная, что может положиться на Анастасию. Когда Елена отказывалась от мелких поручений или в очередной раз ссылаясь на плохое самочувствие, то начальник отдела передавал часть ее работы Анастасии. Причиной первых столкновений между сотрудницами послужили ошибки в работе Елены. Так как Анастасии приходилось доделывать некоторую часть работы за Елену, то она стала требовать качественного и своевременного ее исполнения. И хотя свои замечания и требования Анастасия высказала Елене без свидетелей, та сделала инцидент предметом обсуждений в отделе. Конфликт перерос в неприязнь коллег друг к другу. И их непосредственный руководитель, решив не лезть в женские дела, при первой возможности полностью разделил их функции и предложил Анастасии занять другое рабочее место в соседнем отделе. Анастасия отказалась выполнять другие функциональные задачи и потребовала, чтобы руководитель пересадил Елену в другой отдел, так как именно она отлынивает от работы и виновата в сложившейся ситуации.

ВОПРОСЫ:

1. Проведите анализ проблемной ситуации как системы, выявляя ее составляющие и связи между ними. Разъясните позицию участников кейса. Кто, по Вашему мнению, в большей степени влияет на ситуацию?
2. Есть ли ошибки в решениях руководителя? Какие? Как должны поступить участники, чтобы разрешить возникшую проблему? Предложите компании решение проблемы.

Задание 7.**РАЗБОР КОНКРЕТНОЙ СИТУАЦИИ (УК-1)****КОНКРЕТНАЯ СИТУАЦИЯ «КОМПАНИЯ "ЛОГИКА"»**

В отделе по разработке компьютерных программ крупной компании «Логика» работает 30 сотрудников. Коллектив сложился достаточно сплоченный и дружный. Начальник отдела В.Л. Иванчук проявил себя умелым руководителем и пользуется заслуженным уважением у большинства сотрудников. В начале года правление компании принимает решение о переводе В.Л. Иванчука на другую, более высокую должность в «Логике». В коллективе отдела есть неформальный лидер – И.И. Петрович, которого многие сотрудники, включая бывшего руководителя отдела, прочат на должность нового начальника. Кроме того, в отделе есть еще несколько высококвалифицированных специалистов, чей опыт и профессионализм позволяют им претендовать на руководящее место. Однако правление компании принимает совершенно неожиданное для коллектива отдела решение: новым руководителем назначается человек «со стороны», который никогда раньше не работал в компании. Вначале сотрудники отдела были крайне удивлены, поскольку никто не ожидал такого поворота событий, и на этой должности уже видели одного «из своих». Постепенно удивление сменяется на возмущение, причем особенно сильно возмущаются те, кто предположительно мог занять это место. Новый начальник И.Е. Сеницын – специалист высокого класса, но в связи с тем, что в данной организации он ранее не работал, некоторыми тонкостями в специфике работы отдела просто не владеет. С его появлением в коллективе назревает конфликт. Многие сотрудники недовольны его назначением, некоторые совсем не хотят видеть «варяга» своим руководителем. На одном из совещаний в отделе между И.Е. Сеницыным и И.И. Петровичем возник спор о качестве выполняемой работы. И.И. Петрович настаивал на том, чтобы прислушались к его мнению, поскольку он давно работает в

отделе и считает себя вполне компетентным в данном вопросе. На это И.Е. Синицын ответил в том смысле, что вопрос, затрагивающий многих сотрудников, не может решаться одним человеком, даже если он очень опытный специалист. После такого совещания И.И. Петрович счел себя оскорбленным и обратился к руководству компании с просьбой о переводе его в другой отдел. Вслед за ним еще 7 человек пишут подобные заявления руководству. В коллективе разгорается открытый конфликт. Дальнейшая нормальная работа отдела становится невозможной.

ВОПРОСЫ К КОНКРЕТНОЙ СИТУАЦИИ:

1. Проведите анализ проблемной ситуации как системы, выявляя ее составляющие и связи между ними. Проанализируйте с точки зрения теории организации и организационного поведения. Определите причину создавшейся ситуации.

2. Выявите, насколько рационально действовали руководители организации в этой ситуации и предложите свой вариант выхода.

1.2 Практические задания для проверки сформированности УК-3

Задание 1.

РАЗБОР КОНКРЕТНОЙ СИТУАЦИИ (УК-3)

КОНКРЕТНАЯ СИТУАЦИЯ «ПРАВИЛЬНЫЕ ДЕЙСТВИЯ РУКОВОДИТЕЛЯ»

Представьте, что Вы – руководитель.

Для проверки способности организовывать и руководить работой команды и вырабатывать командную стратегию необходимо правильно руководить, прежде всего, своими действиями. Какая из формулировок задания и почему характерна для процесса формирования команды (отбора в нее)? Поясните ответ. Предлагаем четыре варианта действий руководителя, дающего поручение своему секретарю:

1. Марина, я продиктую Вам письмо, которое сегодня необходимо отправить: "Уважаемые господа, запятая... В продолжение нашей беседы..."

В данном случае подробно разъясняется, в чем заключается задача сотрудника и как ее следует выполнять. Кроме того, перед отправкой письма осуществляется контроль, все ли сделано согласно распоряжению.

2. Марина, необходимо сегодня же отправить письмо такому-то поставщику с дальнейшей информацией о... Ты не могла бы составить конспект письма, чтобы в 3 часа мы его вместе посмотрели?

При такой манере руководства разъясняется, что следует сделать, предоставляется возможность сотруднику самому выработать предложение и при необходимости вносятся коррективы. Перед отправкой письма осуществляется контроль.

3. Марина, необходимо сегодня же отправить письмо клиенту, которого я принимал утром, с дальнейшей информацией о... Ты не позаботишься об этом? Если у тебя есть вопросы, я готов выслушать.

В этом случае дается распоряжение и лишь потом следуют разъяснения, как его выполнить, если сотрудник сам об этом попросит (например- "Вы сами подпишете письмо или это сделаю я?"). Будет ли осуществлен контроль до отправки письма, зависит от того, попросит ли об этом сотрудник.

4. Марина, необходимо сегодня же отправить письмо такому-то поставщику с дальнейшей информацией о... Ты не позаботишься об этом?

Данную манеру руководства называют делегированием дается распоряжение о том, что требуется а выполнение поручается самому сотруднику Контроль осуществляется, как правило, уже после того, как письмо отправлено.

Задание 2.

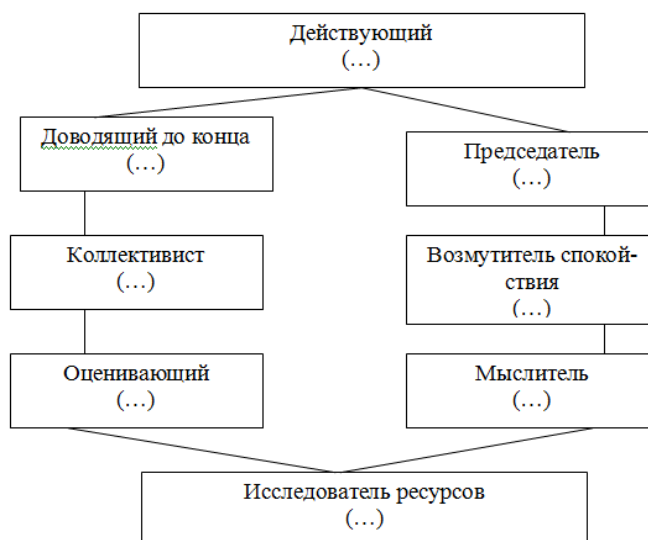
РЕШЕНИЕ КЕЙС-ЗАДАЧИ (КЕЙСА) (УК-3)

Для проверки способности организовывать и руководить работой команды и вырабатывать командную стратегию необходимо различать понятия "команды и рабочей группы". Выполните задание:

Заполните таблицу сравнительной характеристики команды и рабочей группы "Сравнительная характеристика команды и рабочей группы".

РЕШЕНИЕ КЕЙС-ЗАДАЧИ (КЕЙСА) (УК-3)

РОЛИ В КОМАНДЕ (РАБОЧЕЙ ГРУППЕ)



РЕШЕНИЕ КЕЙС-ЗАДАЧИ (КЕЙСА) (УК-3)

- В команде каждый ее член стремится к лидерству, поскольку является профессионалом.
- В команде один за всех и все за одного. Теория организации и организационное поведение
- Все члены команды – единомышленники.
- В команде важны вертикальные связи и формальные правила.
- Высокое доверие и уважение членов команды друг к другу. Ценят за достоинства, терпимы к недостаткам и слабостям. Принятие индивидуальности друг друга.
- Состав команды оптимален с точки зрения распределения ролей: генераторы – критики – организаторы.
- В команде господствует культ буквы, а не мысли.
- В команде полная взаимодополняемость и взаимозаменяемость за счет широкого профессионализма.
- В команде преобладает мотивация к достижению цели и готовность к риску.
- В команде царит культ власти. Авторитет утверждается на основании должности, а не заслуг.
- Члены команды хорошо сотрудничают друг с другом, умеют выслушивать мнения друг друга, готовы к компромиссу.

Задание 5.

РЕШЕНИЕ КЕЙС-ЗАДАЧИ (КЕЙСА) (УК-3)

Перед Ириной стояла дилемма, как ей поступить? Недавно она начала работать в одной консультационной бухгалтерской фирме и уже столкнулась с проблемой, которая могла повлиять на ее будущие отношения в фирме. В ходе аудита одной компании она обнаружила, что большая сумма денег, в действительности выплаченная работникам этой компании, не была проведена, как положено, через фонд заработной платы. Такая практика являлась достаточно распространенной во многих коммерческих и государственных структурах и помогала скрыть существенную часть наличности от налогов.

Ирина считала, что эта практика является неправильной и незаконной и должна получить соответствующее отражение в отчете. Она подняла этот вопрос в разговоре с Николаем, возглавляющим ее аудиторскую группу. Он признал, что такая проблема в целом существует, но ничего не сделал, чтобы продвинуться в ее разрешении. Николай предложил Ирине поговорить с руководителем фирмы, если ее что-то в этом деле не удовлетворяет.

Прежде чем идти к руководителю, Ирина долго думала об этой проблеме. На занятиях по аудиту, которые она продолжала посещать и которые периодически проводились фирмой, упор делался на этику профессионального аудита и на приверженность ее фирмы высоким этическим стандартам.

Это ее окончательно убедило в необходимости встречи с руководителем фирмы. Однако визит к руководству оказался неудачным. Алексей Петрович, директор фирмы, согласился с тем, что обнаруженная Ириной практика вообще-то не является правильной. Вместе с тем он отметил, что и другие клиенты, с которыми им приходилось иметь дело, поступали подобным образом. Алексей Петрович пошел даже на то, что сказал Ирине о возможности потери клиента в том случае, если обнаруженный ею факт найдет отражение в аудиторском отчете. Он дал понять, что его такой исход дела мало устраивает. От этой встречи у Ирины осталось ощущение, что если она пойдет в разрешении проблемы дальше, то непременно приобретет себе врага. Состояние неудовлетворенности и беспокойства у нее не проходило, поэтому она решила обсудить эту проблему с кем-нибудь из коллег.

Ирина обратилась к Борису и Михаилу, работающим в фирме уже около двух лет. Оказалось, что они и раньше сталкивались с подобными случаями в своей аудиторской практике. Они были удивлены, что Ирина обратилась к директору фирмы, минуя своего непосредственного руководителя - начальника отдела аудита. Борис и Михаил обратили ее внимание на то, что если она настоит на своем, то им не избежать неприятностей. Они признали, что в сущности действия клиентов были неверными, но они не решались отражать это в аудиторских отчетах. К этому их подталкивало знание факта, что руководство смотрит на это «сквозь пальцы». Поэтому они не хотели создавать проблемы. Борис и Михаил призвали Ирину быть членом «команды» и снять этот вопрос.

Перед Ириной встал выбор. В принципе, она могла настоять на своем, передать информацию в обход непосредственного начальника. Она понимала, что если даже она будет прощена, ее действия будут не по душе ее коллегам. Конечно, можно было бы просто забыть о случившемся и ничего не делать. При таком исходе, как она считала, сотрудники фирмы остались бы довольны. Это, может быть, помогло бы ей сделать карьеру в фирме. Единственно проблемой, с которой ей по-прежнему пришлось бы иметь дело, оставалась совесть. Времени для решения было совсем мало.

ВОПРОСЫ:

1. Изучите действия рабочей команды. Какого типа межличностные конфликты имеют место в ситуации? Объясните и подтвердите фактами. Имеется ли в описанном в ситуации конфликте конструктивная сторона? Если да, то в чем она выражается?
2. Имеются ли в ситуации конфликты другого уровня, кроме межличностного? Какие? Объясните и подтвердите фактами.
3. Какой стиль разрешения межличностного конфликта был использован каждым из участников событий? Подтвердите фактами.

Задание 6.

РЕШЕНИЕ КЕЙС-ЗАДАЧИ (КЕЙСА) (УК-3)

Несмотря на то, что Ирина П. и Сергей Г. работали в соседних отделах, по роду деятельности пересекались очень редко. Как правило, это были общие совещания, планерки и корпоративные празднования. Однажды на очередной коллективной встрече между ними завязался спор по одному профессиональному вопросу, который касался организации работы между сотрудниками их отделов. Начав с замечаний по поводу недостатков работы соседних кабинетов, они перешли на личные оскорбления, и только когда их общий руководитель попросил успокоиться, они прекратили публичные разборки. После

этого они старались избегать общения друг с другом, объясняя это тем, что просто не могут найти общий язык. Прошло время, и в результате горизонтального перемещения по карьерной лестнице Сергей оказывается в одном отделе с Ириной. После перехода Сергея в отдел, где работала Ирина, их неприязнь стала совсем очевидной. Что бы ни сказала Ирина, Сергей всегда комментировал ее слова в язвительной форме. Они не упускали момента, чтобы подколоть друг друга. Руководитель отдела поговорила с обоими, и вроде все прекратилось. Но на самом деле негативное отношение не исчезло, а стало тщательно скрываться. Напряжение росло. Коллеги стали выражать антипатию друг к другу, соревнуясь в работе. Старались опередить друг друга с решением рабочих вопросов, быстрее другого выполнить свои задачи и показать руководителю, что лучше справляется с заданиями. Проработав рядом с Сергеем три месяца в состоянии активной борьбы, Ирина перестала стараться. Она сдала позиции, приняла тактику равнодушия и безучастия, в то время как Сергей отлично справлялся со своей работой и показывал высокие результаты. Через какое-то время Ирина решилась на откровенный разговор с руководителем отдела и объяснила ситуацию. Руководитель в ответ принял решение отправить Ирину на курсы повышения квалификации и через два месяца поставил ее на должность ведущего специалиста, в результате чего Сергей стал ее подчиненным.

ВОПРОСЫ:

1. Изучите действия рабочей команды. Кто из участников выбрал неверную модель поведения? Можно ли было избежать конфликта? От кого это зависело?
2. Смогут ли коллеги наладить отношения в рабочей команде?

Задание 7.

РАЗБОР КОНКРЕТНОЙ СИТУАЦИИ (УК-3)

КОНКРЕТНАЯ СИТУАЦИЯ «"ПРАКТИКА" СТУДЕНТА В ТИПОГРАФИИ»

Только что вернувшегося из отпуска Федора Ивановича Розанова, директора одной из московских типографий, посреди ночи разбудил телефонный звонок. Звонившим оказался Вадим Сергеевич Орлов, главный бухгалтер той же типографии. Голос у Орлова был очень взволнованный. Он что-то быстро и беспорядочно говорил. Из всего сказанного директор понял, что в типографии дела обстоят очень плохо, а самое главное - из достоверных источников главный бухгалтер узнал, что завтра в типографию прибывает налоговая полиция. Помимо этого Орлов извинился за то, что не мог подождать до утра, сообщил, что у него разболелось сердце, и он просто не знает, что можно в этой ситуации предпринять. Директор пообещал главному бухгалтеру во всем завтра разобраться и после разговора лег спать. Однако сон улетучился, и в голову лезли разные странные мысли и воспоминания.

Федор Иванович Розанов начинал свой трудовой путь в той же самой типографии в далекие шестидесятые годы простым рабочим. Параллельно с работой он учился на вечернем отделении Московского полиграфического института. Окончив институт и проявив немало усердия и трудолюбия, он постепенно, ступенька за ступенькой, поднимался по служебной лестнице. К нему хорошо относилось начальство. Уже к началу восьмидесятых годов он стал директором. Работникам типографии нравилось, что он хорошо разбирается в производстве, знает все проблемы и нужды типографии, ведет себя демократично. Розанов, в свою очередь, не оставался безучастным ко всем проблемам типографии и считал ее своим вторым домом. Директор привык к четкой системе государственных заказов на книги, журналы, бланки, этикетки и другую печатную продукцию. Большую сложность в тот период составляло материально-техническое обеспечение типографии, но именно в этой сфере у Розанова были долгие, надежные связи, которые почти никогда не подводили. Все изменилось с началом перестройки.

В условиях перехода на рыночные отношения государственный заказ на печатную продукцию перестал существовать, значительно сократились тиражи изданий. Если раньше тиражи книг достигали 100 и даже 200 тыс. экземпляров, то за сравнительно короткое время они упали до 5 и даже 3 тыс. Значительно сократилось количество заказов, так как «книжный бум» давно прошел. В связи с этим возросла конкуренция среди типографий, хорошо отлаженные Розановым «снабженческие контакты» стали бесполезными. При наличии денег бумагу, краску и другие ранее дефицитные полиграфические материалы можно было совершенно свободно купить.

«Да, выходит, долгие годы, ушедшие на установление прочных производственных связей с поставщиками сырья и материалов, потеряны впустую», - эта мысль все чаще не давала покоя Федору Ивановичу.

Некоторые типографии смогли приспособиться к новым условиям и добиться совсем неплохих результатов. Типография же Розанова еле-еле сводила концы с концами. К середине 90-х г.г. она уже

напоминала что-то вроде айсберга, у которого только маленькая часть еще как-то держится над водой, а вся основная часть уже давно затонула.

Вадим Сергеевич Орлов работал в типографии уже около 20 лет. Пришел он в типографию простым бухгалтером, в короткие сроки овладел всеми тонкостями этой сложной профессии и довольно быстро занял должность главного бухгалтера. Однако в жизни ему чего-то всегда не хватало.

Часто встречаясь со своими институтскими друзьями, которые работали в министерствах и на крупнейших предприятиях, он с завистью слушал их увлекательные рассказы об интересных заграничных командировках, новых машинах, закрытых распределителях с дефицитными товарами и прочих радостях жизни.

А что мог рассказать сокурсникам Орлов? О жалкой типографии даже несоюзного масштаба, о разных книжонках, этикетках и открытках, печатающихся там, и о своем однообразном, безрадостном существовании в стенах этого предприятия?

Но вот наступила перестройка, и Вадим Сергеевич почувствовал, что пришел его звездный час. Он открыл в себе очень нужный, по его мнению, талант. Подобно О. Бендеру он знал 400 сравнительно честных способов зарабатывания денег. Не будет преувеличением сказать, что типография еще как-то держалась на плаву только благодаря главному бухгалтеру. Вадим Сергеевич знал многих нужных людей, знал, как и кому «угодить», и в этом плане он был незаменим. Не забывал и про себя. Управленцы типографии, а особенно они с директором, получали столько, что им могли бы позавидовать руководители самых процветающих предприятий. Естественно, что большая часть этих денег шла не в виде зарплаты, а ее обналичивали различными обходными путями благодаря «таланту» Вадима Сергеевича. Теперь у главного бухгалтера было уже две машины, в том числе новая иномарка, коттедж под Москвой, а своего сына он отправил учиться за границу.

А где теперь были его студенческие друзья? Многих уволили из министерств, многие с трудом сводили концы с концами, так как их предприятия были далеки от процветающих. Теперь Орлов всем им мог «утереть нос». Но чем больше Вадим Сергеевич получал, тем больше ему хотелось.

Такое течение событий и привело к ночному звонку директору, возвратившемуся из отпуска. А началось все с давнего совещания, посвященного сложившемуся кризисному положению в типографии. Когда все участники совещания покинули кабинет директора, к Федору Ивановичу Розанову подошел главный бухгалтер. Он достал из своего портфеля стопку документов и разложил их на директорском столе. Начав издали со сложившейся экономической ситуации в стране, он, наконец, добрался до главного: в ближайшее время типографии грозит банкротство. Он показал директору несколько таблиц и сказал: «Вот, смотрите сами». Федор Иванович знал, что плохо разбирается в бухгалтерских тонкостях, не глядя отодвинул бумаги в сторону и спросил: «Что же нам делать, Вадим Сергеевич?». Глаза у главного бухгалтера заблестели. Он давно ждал этого вопроса и отчетливо проговорил: «Есть, конечно, выход. Вы знаете, что я имею в виду. С моими знаниями и опытом я могу легко все устроить!». «Но это же подсудное дело!» — заговорил в директоре страх перед начальством и перед любой формой ответственности. Вадим Сергеевич стал ярко доказывать: «Сейчас не то время, никого за это не сажают, в стране экономический беспредел! Кому есть дело до какой-то захудалой типографии?».

Директор пытался возражать, но в ответ приводились все новые и новые доводы. Соппротивление директора стало постепенно ослабевать, а потом... Потом он согласился... «Зачем я это сделал, почему согласился? Ведь знал, чувствовал, что к добру это не приведет», много раз после этого разговора думал про себя Розанов. Федор Иванович видел, как быстро изменяется экономическая ситуация в стране, как совершенствуется техника и технология полиграфического производства и чувствовал, что не в состоянии угнаться за этим стремительным прогрессом, отчего все больше и больше погружался в депрессию. Текущие дела стали часто утомлять его. Решение сложных и первостепенных вопросов отодвигалось на неопределенный срок. Частенько Розанов стал «прибегать» к водочке. А уж о его романе с молоденькой секретаршей знала, чуть ли не вся типография. «Седина в бороду - бес в ребро», - говорит народная мудрость, и это стало полностью применимо к директору. Постепенно всеми делами, связанными с приемом и оплатой заказов в типографии, стал заниматься главный бухгалтер.

Настало утро. Первым в проходной типографии появился молодой человек. Это был студент Московского государственного университета печати Коля Краснов, который был направлен для прохождения практики в данную типографию. Однако кроме старушки-вахтерши в этот час еще никого не было. Она долго расспрашивала Колю кто он и зачем пришел, а потом начала удивляться, что «ему-то в его-то годы и не спится». Минут пятнадцать Коля просидел на проходной, так как вахтерша непустила его одного в типографию. Потом появилась с виду немолодая женщина с озабоченным выражением лица. Вахтерша сказала Коле: «Вот и начальник цеха». Коля представился, показал свое направление, и они прошли в цех. Не обнаружив в цехе рабочих и мастера, начальник цеха попросила Колю: «Передайте, пожалуйста, мастеру, что у меня очень важное дело и я, вероятно, вернусь на работу во второй половине рабочего дня». После этих слов она удалилась, а Коля остался в цехе. Между тем в цехе почти никто не работал, так как не было заказов на печатную продукцию. Скорее всего, рабочие и мастер это знали, и поэтому они «не очень спешили» на работу.

Федор Иванович Розанов приехал на работу около девяти часов. Идя по коридору, он вспомнил, как давным-давно, будучи еще совсем мальчишкой, впервые переступил порог этой типографии. Она была

совсем недавно построена, от ярко выкрашенных стен еще пахло краской. Везде были чистота и порядок. Теперь на грязных стенах уже давно облупилась краска, а на полу валялись бумага и обрывки картона. Все дышало какой-то бесхозяйственностью и имело заброшенный вид. Розанова очень удивило, как он мог раньше не замечать этого беспорядка. О ночном разговоре он пытался не думать, утешая себя мыслью, что все нормально, поправимо и дело не так уж плохо, а этот паникер-бухгалтер все преувеличивает. Однако первым, с кем он встретился, был Вадим Сергеевич. На нем не было лица. Куда-то делась привычная за последнее время веселость, руки тряслись, а мешки под глазами говорили о бессонной ночи. Увлечшись непомерным обогащением и уверовав в полную безнаказанность, он за последнее время принимал много «левых» заказов, которые выполнялись за наличные деньги и совершенно нигде не фиксировались. О такой «деятельности» руководителей не могли не знать рабочие, чего больше всего боялся Орлов. Вчера он переоформлял машины, дачу и квартиру на жену, тещу и других родственников. После встречи с главным бухгалтером совсем тревожно стало на душе у Розанова. Как только он вошел в кабинет, сразу же позвонил представитель одной американской фирмы. Месяц назад с ними был заключен договор о печати рекламных проспектов. Фирма хотела вести продажу лечебных препаратов на российском рынке и решила, что дешевле и удобнее отпечатать рекламные проспекты в самой России, чем вести их из США. Типография Розанова славилась высоким качеством продукции, и поэтому именно ей фирма доверила печатать этот заказ. Однако прошел целый месяц, а продукция так и не поступила заказчику. Рассерженный представитель фирмы сообщил директору, что они подают в суд, и за невыполнение договора типографии грозит огромный штраф. Розанов пообещал разобраться и принять необходимые меры. Он сразу же позвонил в производственный отдел. Оказалось, что о заказе просто забыли и сейчас же он будет запущен в производство. Федор Иванович возмутился: «Типография простаивает из-за отсутствия заказов, а вы «забыли» о таком важном и срочном заказе».

«Я виновата, Федор Иванович», - услышал директор ответ начальника производственного отдела.

«Вас надо уволить», - не совсем уверенно прозвучал голос директора.

Розанов был добрый человек и всегда считал, что карать надо только вредителей, а разгильдяев и бездельников можно и нужно перевоспитывать.

«Сейчас запустим этот заказ, быстро все отпечатаем, а с фирмачами я все постараюсь уладить», - убеждал сам себя директор.

Было уже одиннадцать часов, а в цехе никто не работал. Рабочие занимались кто чем. Кучка рабочих толпилась вокруг дяди Гриши. Он был здесь, как бы, за главного. Он отпускал шуточки и рассказывал анекдоты. За соседним столиком четверо рабочих играли в домино.

«Ну что, студент, нравится тебе такая «работа»? - неожиданно обратился дядя Гриша к Николаю.

«Не могу понять, что же у вас тут творится», - ответил ему Коля. На лекциях, особенно по экономическим дисциплинам, он не раз слышал, что полиграфия переживает сейчас далеко не лучшие времена, но что все может быть так ужасно на конкретном предприятии, этого себе он представить не мог.

«А ничего не творится, - со спокойным видом ответил ему дядя Гриша, - все очень просто и ясно как божий день. Начальство (и он демонстративно указал пальцем вверх) ворует, им дела нет до того, что творится здесь. Рабочие, видя такое отношение, тоже «не очень надрываются». Всем на все наплевать. Уже давно нет настоящего хозяина в типографии. Так-то вот, студент».

После этого он повернулся к сидящим рядом рабочим и отпустил какую-то шутку. Все долго смеялись...

В это время в цех буквально вбежала начальник производственного отдела с какими-то бумагами в руках.

«Где мастер, почему не работаете?» - были ее первые слова.

«А как можно работать, когда работы нет?» - ответил вопросом на вопрос все тот же дядя Гриша.

«Вот очень срочный и важный заказ. Сейчас же приступайте к работе», - строго проговорила начальник производственного отдела.

Заметив вошедшего в цех мастера, начальник производственного отдела стала отчитывать его в присутствии рабочих за безынициативность и разгильдяйство. Затем передала ему «срочный и важный заказ» и немедленно удалилась. Мастер быстро распределил работу и буквально через несколько минут цех заработал.

Рабочий день двигался к завершению, и казалось, что налоговой полиции так и не будет. Директор постепенно начал успокаиваться, отлегло на душе и у главного бухгалтера. Но не тут-то было. В начале пятого к типографии подъехала машина, и все самые страшные опасения подтвердились.

ВОПРОСЫ К КОНКРЕТНОЙ СИТУАЦИИ:

1. Руководитель планирует и корректирует работу команды с учетом интересов, особенностей поведения и мнений ее членов. Охарактеризуйте героев ситуации.

2. Проанализируйте факторы, оказавшие влияние на поведение героев. Охарактеризуйте систему внутриорганизмационных отношений в типографии. Что Вы можете предложить для выхода типографии из кризиса?

1.3 Практические задания для проверки сформированности УК-4

Задание 1.

РАЗБОР КОНКРЕТНОЙ СИТУАЦИИ (УК-4)

КОНКРЕТНАЯ СИТУАЦИЯ «БУТИКИ ХРИСТОДАРА: ПОЛИТИКА КОММУНИКАЦИИ»

Жанна Христордар только что получила университетскую степень бакалавра по направлению «менеджмент» и сразу же включилась в работу компании своего отца. Ее отец Богдан Христордар являлся владельцем и президентом компании «Бутики Христордара». Компания владела сетью магазинов модной женской одежды в ряде крупных городов России. Компанию еще в конце перестройки основал дед Жанны. Связи и опыт деда, долгое время работавшего в сфере советской торговли, и последние 10 лет деятельности ее отца в области женской одежды, их умение покупать и продавать эту одежду, превратили компанию из одного магазина в центре Москвы в достаточно большую сеть магазинов. Управленческий стиль Богдана Христордара по сути был продолжением стиля его отца. Оба получили образование при старой системе, один - торговое, а другой - политехническое. Богдан знал, что и как он делает. Он был горд тем, что был способен «держат руку на пульсе» всех деталей по покупке, рекламе и управлению магазинами. Каждый из менеджеров его магазинов, равно как и члены правления, встречались с ним каждые две недели в Москве. Между этими встречами Богдан тратил 2-3 дня каждой недели на посещение своих магазинов и работу с их менеджерами. Однако главной его заботой было то, как люди коммуницируют и как они общаются на работе. Он отмечал, что на заседаниях, которые он проводил, все его менеджеры и специалисты слушают его очень внимательно. Тем не менее, от суждений, которые они делали, его начинала беспокоить мысль: слышат ли они его или просто внимательно слушают. Как результат, ряд его указаний точно не выполнялись магазинами.

Он часто сам правил документацию и рекламные проспекты. В некоторых магазинах работники поговаривали о вступлении в профсоюз. Нередко приходилось слышать то, что ему совсем не нравилось. Так, ему стало известно, что многие работники компании, включая некоторых менеджеров, знают, что пытается делать его компания, и уверены, что они могли бы делать дело лучше, если бы имели шанс говорить непосредственно с Богданом и его ближайшим окружением. Сам Богдан чувствовал, что многие его менеджеры, так же как и служащие магазинов, делали свою работу без каких-нибудь реальных усилий в творчестве, без изобретательности и энтузиазма. Его, кроме того, интересовало, почему некоторые его лучшие работники увольнялись и устраивались на работу к конкурентам.

Когда дочь пришла к нему, чтобы занять должность его специального помощника, он сказал: «Жанна, меня беспокоит происходящее в компании. Очевидно, что это проблема коммуникации и мотивации. Я знаю, что ты изучала менеджмент в университете. Я слышал, ты говорила о проблемах барьеров и техники коммуникации. Называла имена Маслоу, Герцберга, Врума, МакКлелланда и других, кто много знает в области мотивации. Конечно, я сомневаюсь, что эти «психологи» знают достаточно много о бизнесе. Вместе с тем я знаю о мотивации людей то, что главное - деньги, хороший начальник и хорошие условия работы. Может быть, ты знаешь что-то еще, что поможет мне? Я надеюсь на это. За твоё обучение в университете я заплатил немало денег. Мне это недешево обошлось. Так что ты могла бы мне предложить?»

ВОПРОСЫ К КОНКРЕТНОЙ СИТУАЦИИ:

1. Как тот бизнес, в котором находилась компания, определял политику в области коммуникации? Какой управленческий стиль преобладал у деда и отца Жанны и как он влиял на решение проблемы межличностной и организационной коммуникации в компании?
2. Какие формы коммуникации с подчиненными преимущественно использовал Христордар-отец? Где у Христордара-отца происходил сбой в коммуникационном процессе?
3. Какие невербальные формы коммуникации использовал Христордар и были ли они эффективны? Как решение вопросов коммуникации в данной ситуации связано с решением проблем мотивации?

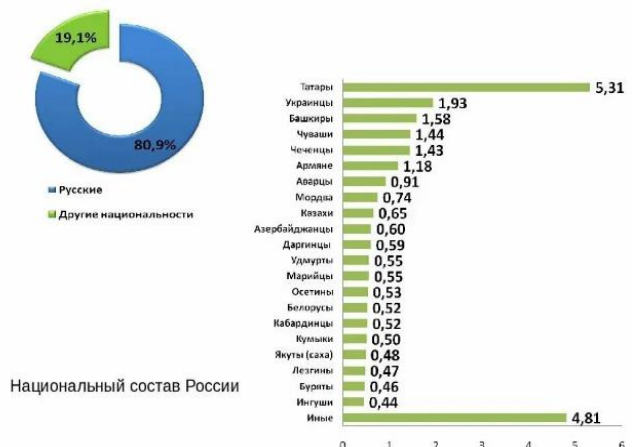
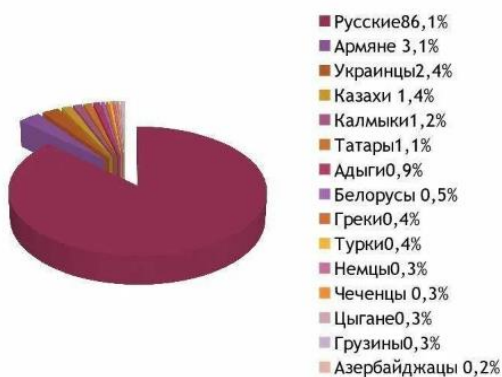
Задание 2.

РЕШЕНИЕ КЕЙС-ЗАДАЧИ (КЕЙСА) (УК-4)

Представьте, что в одной большой организации работают в одном отделе 50 человек с различными национальными взглядами, религиями и языками. Какими коммуникационными технологиями (во избежание недопонимания и коммуникационных барьеров) Вы предлагает им воспользоваться. Приведите примеры видов коммуникационных технологий для профессионального взаимодействия среди сотрудников с различными национальными взглядами, религиями и языками. Рассмотрите с применением таблицы.

Народы России					
Индоевропейская семья		Алтайская семья		Уральская семья	Кавказская семья
Славянская группа	Народы других групп	Тюркская группа	Монгольская группа	Финно-угорская группа	
Русские	Осетины	Татары	Буряты	Мордва	Чеченцы
Украинцы	Немцы	Башкиры	Калмыки	Удмурты	Ингуши
Белорусы	Евреи	Чуваши		Марийцы	Адыгейцы
	Армяне	Казахи		Карелы	Грузины
		Тувинцы		Коми	Кабардинцы
		Алтайцы		Ханты	Дагестанцы
		Якуты		Манси	

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СОСТАВ



Виды коммуникационной технологии	Сотрудник по конкретной национальной принадлежности (религии / языковой принадлежности)						
	русский	белорус	казах	татар	армян	грузин	... др.
...							
...							
...							

Задание 3.

РЕШЕНИЕ КЕЙС-ЗАДАЧИ (КЕЙСА) (УК-4)

Анализируя учебную и научную литературу, приведите несколько определений функции «коммуникация» в трудах отечественных и зарубежных ученых. Воспользуйтесь нижеприведенной таблицей.

Определения функции «коммуникация» в трудах отечественных и зарубежных ученых		
Функция	Определения ученых	Автор определения (литературный источник)
Коммуникация	1. ...	
	2. ...	
	3. ...	
	4. ...	
	5. ...	
	6. ...	

Задание 4.

РАЗБОР КОНКРЕТНОЙ СИТУАЦИИ (УК-4)

КОНКРЕТНАЯ СИТУАЦИЯ

«БУТИКИ ХРИСТОДАРА: КОММУНИКАЦИОННЫЕ СТИЛИ И СЕТИ»

Жанна Христодар только что получила университетскую степень бакалавра по направлению «менеджмент» и сразу же включилась в работу компании своего отца. Ее отец Богдан Христодар являлся владельцем и президентом компании «Бутики Христодара». Компания владела сетью магазинов модной женской одежды в ряде крупных городов России. Компанию еще в конце перестройки основал дед Жанны. Связи и опыт деда, долгое время работавшего в сфере советской торговли, и последние 10 лет деятельности ее отца в области женской одежды, их умение покупать и продавать эту одежду, превратили компанию из одного магазина в центре Москвы в достаточно большую сеть магазинов. Управленческий стиль Богдана Христодара по сути был продолжением стиля его отца. Оба получили образование при старой системе, один - торговое, а другой - политехническое. Богдан знал, что и как он делает. Он был горд тем, что был способен «держать руку на пульсе» всех деталей по покупке, рекламе и управлению магазинами. Каждый из менеджеров его магазинов, равно как и члены правления, встречались с ним каждые две недели в Москве. Между этими встречами Богдан тратил 2-3 дня каждой недели на посещение своих магазинов и работу с их менеджерами. Однако главной его заботой было то, как люди коммуницируют и как они общаются на работе. Он отмечал, что на заседаниях, которые он проводил, все его менеджеры и специалисты слушают его очень внимательно. Тем не менее, от суждений, которые они делали, его начинала беспокоить мысль: слышат ли они его или просто внимательно слушают. Как результат, ряд его указаний точно не выполнялись магазинами.

Он часто сам правил документацию и рекламные проспекты. В некоторых магазинах работники поговаривали о вступлении в профсоюз. Нередко приходилось слышать то, что ему совсем не нравилось.

Так, ему стало известно, что многие работники компании, включая некоторых менеджеров, знают, что пытается делать его компания, и уверены, что они могли бы делать дело лучше, если бы имели шанс говорить непосредственно с Богданом и его ближайшим окружением. Сам Богдан чувствовал, что многие его менеджеры, так же как и служащие магазинов, делали свою работу без каких-нибудь реальных усилий в творчестве, без изобретательности и энтузиазма. Его, кроме того, интересовало, почему некоторые его лучшие работники увольнялись и устраивались на работу к конкурентам.

Когда дочь пришла к нему, чтобы занять должность его специального помощника, он сказал: «Жанна, меня беспокоит происходящее в компании. Очевидно, что это проблема коммуникации и мотивации. Я знаю, что ты изучала менеджмент в университете. Я слышал, ты говорила о проблемах барьеров и техники коммуникации. Называла имена Маслоу, Герцберга, Врума, МакКлелланда и других, кто много знает в области мотивации. Конечно, я сомневаюсь, что эти «психологи» знают достаточно много о бизнесе. Вместе с тем я знаю о мотивации людей то, что главное - деньги, хороший начальник и хорошие условия работы. Может быть, ты знаешь что-то еще, что поможет мне? Я надеюсь на это. За твоё обучение в университете я заплатил немало денег. Мне это недешево обошлось. Так что ты могла бы мне предложить?»

ОБРАЗЦЫ КОММУНИКАЦИОННЫХ СЕТЕЙ



«колесо»



«кружок»



«всеканальная»



«цепочка»

ХАРАКТЕРИСТИКИ КОММУНИКАЦИОННЫХ СЕТЕЙ

Измеряемые характеристики	Типы коммуникационной сети		
	«Всеканальная»	«Цепочка»	«Колесо»
Скорость	Медленно	Быстро	Быстро
Точность	Плохая	Хорошая	Хорошая
Организованность	Слабая	Средняя	Сильная
Лидерство	Отсутствует	Проявляется	Ярко выражено
Мораль	Очень высокая	Низкая	Очень низкая

ВОПРОСЫ К КОНКРЕТНОЙ СИТУАЦИИ:

1. Какие коммуникационные сети использовались Христодаром во взаимодействии с подчиненными?
2. Какой коммуникационный стиль преимущественно использовался Христодаром-отцом в общении с подчиненными?

Задание 5.

РЕШЕНИЕ КЕЙС-ЗАДАЧИ (КЕЙСА) (УК-4)

Изучите две предложенные схемы коммуникации, сделайте выводы, соотнесите их с реалиями жизни. Рассмотрим две схемы коммуникаций, одна из которых является идеальной, а вторая – реалистичной.

1. При идеальной схеме коммуникаций предполагается, что вся присылаемая источником *I* информация воспринимается получателем *Q*: всего один источник информации и один ее получатель. При этом идеальность схемы заключается в том, что вся посылаемая *I* информация воспринимается *Q*, а также в том, что между *I* и *Q* существует постоянная обратная связь. Такая схема предполагает, что во всех случаях информирование будет осуществляться в соответствии с хорошо спланированной деятельностью администрации, соответствующих служб, PR-службы и работать в режиме «открытая линия» или *on-line*.

ИДЕАЛЬНАЯ СХЕМА КОММУНИКАЦИИ

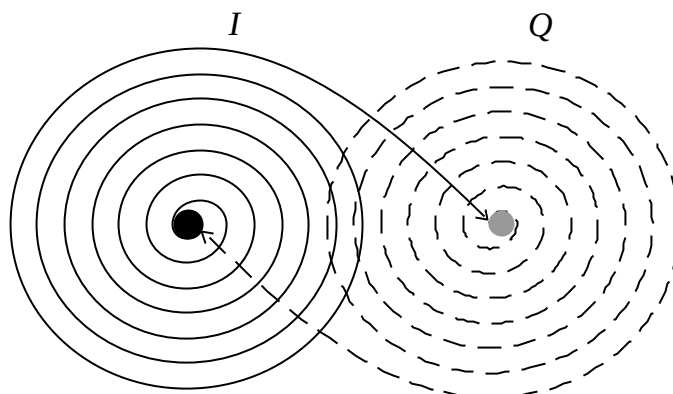
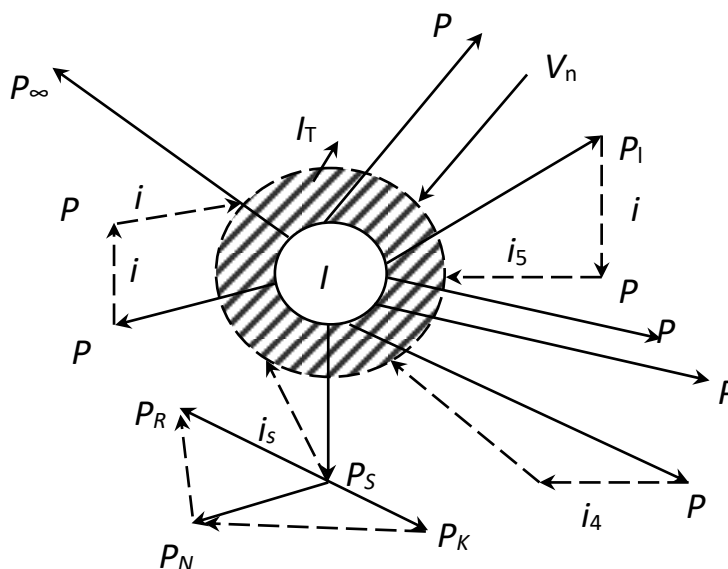


СХЕМА РАЗВИТОЙ КОММУНИКАЦИИ



P_1, P_4, P_5, P_m – непосредственные получатели информации, осуществившие обратную связь с источником (отреагировали на сообщение) $i_1, i_4, i_5, i_6, i_s, i_m$;
 P_5, P_6, P_K, P_N, P_R – вторичные получатели информации;
 P_5, P_K, P_N – организаторы внутренней связи;
 P_0, P_2, P_3, P_∞ – предполагаемые получатели информации;
 V_n – независимые источники альтернативной информации;
 I – первичное поле информации от источника;
 треугольник P_K, P_N, P_R – локальное поле информации;
 I_T – поле трансформированной информации (заштрихованная зона)

2. *Реалистичная* (развитая) схема коммуникаций содержит один (или несколько) источник (источников) информации и несколько ее получателей (масштаб: район, область, страна). Прогнозировать реакцию аудитории можно на основании реалистичной модели, которая должна отражать существующие в реальности условия и связи между источником информации и ее получателем. Эта схема-модель развитой коммуникации может иметь самую разную конфигурацию – иметь вид «цепной реакции» в одном из секторов пространства, разрыв линий – в другом. *Сложная развитая коммуникация* представляет собой информационное пространство, в котором число источников I может изменяться от 1 до n при постоянной целевой аудитории. Рассмотрим схему развитой коммуникации с одним источником – организацией, получателями информации, которыми являются общественность внутри и вне организации, отдельные индивидуумы и СМИ. Из нее видно, что за счет обратных связей (самопроизвольных или организованных) источник информации может стать ее получателем, а получатели – источниками информации. Этой

схемой вполне можно описать ситуацию с одним источником информации и с целой аудиторией получателей в масштабах организации, города, региона, страны. Эта коммуникация существует в информационном пространстве – пространстве взаимодействия прямых и обратных связей между источниками, субисточниками, получателями и субполучателями информации на микро- и макроуровнях. Можно представить себе, какой сложной может быть модель коммуникации в таких случаях. Как видно, не вся информация достигает получателя. Не каждый получатель выражает свое мнение в обратной связи с источником (P_0, P_2, P_3, P_∞ и др.), кто-то высказывает локальное мнение (P_K, P_N, P_R), может быть, даже противоположное. Иными словами, формируются первичное поле информации (от источника I); локальное поле информации (треугольник P_K, P_N, P_R); поле трансформированной информации (заштрихованная зона I_T). Зона I_T характеризует эффективность PR (коммуникации) в решении целевых задач (например, сбыта продукции). Здесь важно знать получателей, их активность и способность к обратной связи. В первичном поле информации реализуются цели информирования общественности. Схема развитой коммуникации превращается в идеальную, если по линии каждого канала обеспечивается работа (контакт) в режиме *on-line* и существует доверие к источнику информации.

Задание 6.

РАЗБОР КОНКРЕТНОЙ СИТУАЦИИ (УК-4)

КОНКРЕТНАЯ СИТУАЦИЯ «САМЫЙ БОЛЬШОЙ В МИРЕ МЕШОК!»

В 2003 году в Омске был зарегистрирован и внесен в Книгу Гиннесса... самый большой в мире мешок! Он был изготовлен из полимерного материала. Так проявились честолюбивые амбиции руководства агрофирмы, мало известной и заинтересованной в привлечении внимания общественности. Цель была достигнута.

Интересно то, что специальная акция фирмы получила неожиданное продолжение. Мешок-рекордсмен фирма подарила областному краеведческому музею. Но у музея не было помещения для хранения такого громоздкого экспоната. Мешок в полуразвернутом виде решили временно разместить в гипермаркете «Континент», в проходном помещении.

И что же? Посетители ринулись посмотреть на мешок и стали оставлять на нем надписи фломастером. Мешок превратился в своего рода послание потомкам! Здесь были добрые напутствия и отчаянные признания, мольбы о помощи и снова – добрые пожелания. Число надписей множилось день ото дня. Телевизионщики стали делать репортажи у мешка. К мешку после торжественной регистрации стали направляться молодожены, которые раньше ехали к вечному огню у могилы солдата-героя. Пенсионеры даже обнаружили особые целебные свойства мешка, совершенно серьезно заявляя в объектив камеры: «Здесь у меня нормализуется давление...»

ВОПРОСЫ К КОНКРЕТНОЙ СИТУАЦИИ:

1. Любопытный социальный эксперимент непредвиденного продолжения удачной коммуникационной кампании... О чем говорит такое стремление людей приобщиться к чудо-мешку? Не отражает ли это явление того, что существующий мир очень мало греет человека, не утоляет его жажды общения, любви, поддержки? Или о том, что возможности наших способов разбудить эмоции и реакцию людей безграничны?

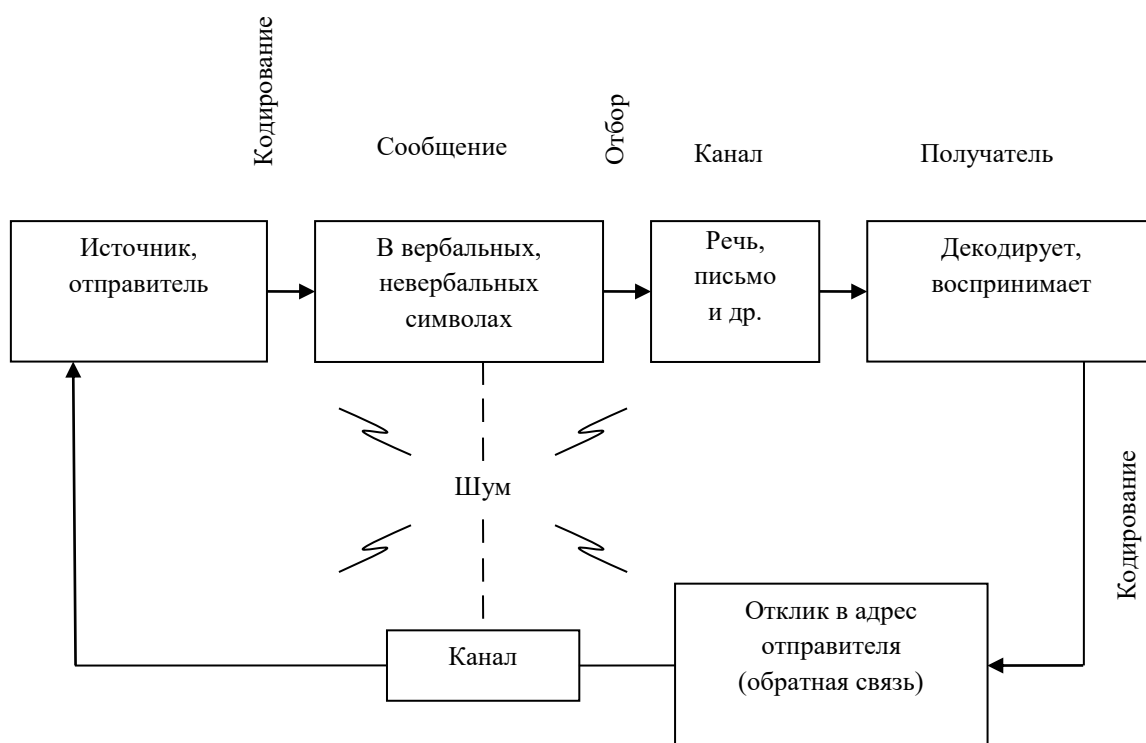
2. В чем заключается успех данной коммуникационной кампании – удачным сочетанием новаторства и стремления «по-хорошему удивить» или же просто в хорошем знании ситуации, времени и места происходящего?

Задание 7.

РЕШЕНИЕ КЕЙС-ЗАДАЧИ (КЕЙСА) (УК-4)

В предлагаемой схеме изображена модель коммуникации в ее полном варианте, с учетом обратной связи. Охарактеризуйте эту модель на примере конкретной ситуации конкретного предприятия, либо приведите пример общения и использования этой коммуникационной модели в студенческой группе в сочетании с русским и иностранным студентом.

ПРОЦЕСС КОММУНИКАЦИИ С УЧЕТОМ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ



1.4 Практические задания для проверки сформированности УК-5

Задание 1.

РАЗБОР КОНКРЕТНОЙ СИТУАЦИИ (УК-5)

КОНКРЕТНАЯ СИТУАЦИЯ

«ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА НА ЭЛЕКТРОМЕХАНИЧЕСКОМ ЗАВОДЕ»

По мере того как громадный грузовик перекрывал его путь на завод, Александр Крылов приходил во все большее расстройство. Его группе было поручена разработка сложного прибора для управления суперсовременным электропоездом, планируемым для пассажирских перевозок на новой скоростной магистрали между двумя столицами. Пока еще качество созданного прибора значительно уступало не только зарубежным образцам, но и тем, которые разрабатывались другими группами на заводе. В группе Александра что-то шло не так, и положение надо было исправлять. Не опоздает ли он из-за этого медленно ползущего грузовика на совещание группы, которое он назначил на начало рабочего дня и на котором он хотел обсудить с группой проблемы качества?

Александра интересовало, может ли вибрация поезда еще больше повлиять на качество работы создаваемого прибора. Этим ему и хотелось поделиться с группой. На совещании все достаточно скептически отнеслись к сомнению Александра по поводу влияния вибрации. Он еще не закончил своего объяснения, как Сергей Григорьевич Тяглов, директор завода, вошел в помещение лаборатории, где проходило совещание. Александр немедленно встал и пошел ему навстречу для формального приветствия. Несмотря на то, что Александр сразу же предоставил слово вошедшему директору, Сергей Григорьевич попросил руководителя группы не прерывать своего выступления. Это несколько обнадежило Александра, и он с еще большим энтузиазмом стал развивать свою идею.

В ответ на выступление Александра директор сказал: «Вообще-то такое может случиться. Нужно определить, какова вероятность такого исхода и что случится в этой ситуации». Ведущий конструктор Владимир Петрович Ельников первым предложил, чтобы группа провела новые испытания прибора на вибростенде в течение определенного времени, и только после этого они бы вернулись к обсуждению

проблемы. Группа согласилась с тем, что Александр должен продолжать руководить работой группы в ходе испытаний. Испытания показали, что сомнения не были напрасными. В результате группа запросила помощь главного конструктора, прошедшего стажировку на аналогичном заводе в одной из иностранных фирм. На заводе Василия Петровича Звягинцева знали как высококлассного специалиста по решению подобных технических проблем. Александр вышел на Василия Петровича через одного своего старого друга, работавшего в группе главного конструктора. Звягинцев предложил ряд изменений в конструкции прибора, которые значительно приблизили его к установленному стандарту. Продвинувшись в решении проблемы качества, Александр со своей группой продолжил совершенствование прибора и сдал его приемной комиссии на неделю раньше установленного срока.

ВОПРОСЫ К КОНКРЕТНОЙ СИТУАЦИИ:

1. Что Вы можете сказать об организационной культуре на электромеханическом заводе? Конкретно, какие аспекты культуры Вы подметили в этой ситуации? Какие общие ценности и верования разделяются участниками события?

2. Как Вы прокомментировали бы субкультуру в группе Александра? Считаете ли Вы данную субкультуру группы поддерживающей или мешающей заводу выполнить порученное задание? Почему? Объясните свою позицию.

3. Что Вы могли бы сказать о том, каким образом поддерживается существующая на заводе организационная культура? Соответствует ли, по Вашему мнению, она целям и стратегии завода? Как в целом Вы охарактеризовали бы организационную культуру на заводе?

Задание 2.

РЕШЕНИЕ КЕЙС-ЗАДАЧИ (КЕЙСА) (УК-5)

Ознакомьтесь с кейс-задачей для анализа и ответьте на вопросы. Как Вы оцениваете начало знакомства представителей разных культур? Как Вы считаете, какая ошибка была допущена и ее причины?

Вы приезжаете в деловую командировку в одну из латиноамериканских стран. До этого вы в этом районе никогда не были. Ваш партнер, встретив вас в аэропорту, приглашает вечером на ужин к себе домой. Он владелец небольшого местного предприятия, принадлежит, по вашей оценке, примерно к той же социальной прослойке, что и вы, живет в небольшом двухэтажном доме, который с гордостью показывает вам. Еда оказывается удивительно вкусной, хотя и слегка необычной для вас. Ужин удастся на славу. Происходит это во многом благодаря хозяйке дома, которая не перестает хлопотать и приносить из кухни все новые блюда. Застольная атмосфера, которая вначале была несколько напряженной, теплеет. Вы проникаетесь к хозяину и его супруге неподдельной симпатией, благодарите их за отлично проведенный вечер, приятный ужин. И, желая сделать хозяйке (и косвенно 9 хозяину) комплимент, вы говорите своему новому другу: «Было очень вкусно. Вам повезло с супругой. Ваша жена поразительно вкусно готовит...». Неожиданно вы видите, как теплая, расслабленная улыбка на лицах новых друзей становится натянутой... В их глазах появляется легкая обида. Они кисло благодарят за комплимент и приглашают «в следующий визит» обязательно вновь у них отужинать. Вы чувствуете, что сделали что-то не совсем правильное...

Задание 3.

РАЗБОР КОНКРЕТНОЙ СИТУАЦИИ (УК-5)

КОНКРЕТНАЯ СИТУАЦИЯ

«НОВЫЙ СОТРУДНИК В КОМПАНИИ «СПЕЙС»

Американская компания «Спейс» является крупной прибыльной фирмой, работающей в области высоких технологий. Она занимается разработкой и производством электронной продукции в основном для космической отрасли и специализированных промышленных производств. Результаты исследований «Спейса» имеют важное значение для обеспечения национальной безопасности, а производственный и научный потенциал фирмы оценивается очень высоко.

Президент компании Джон Доуд в свое время был преподавателем в одном из крупных государственных университетов на кафедре электроники. После прихода в «Спейс» он быстро сделал карьеру и стал президентом фирмы. Доуд - упрямый, высокомерный руководитель всегда нацеленный на результат. Его правила игры заключаются в том, чтобы давать сотрудникам сложные задания и поощрять самых умных и исполнительных. Если кто-то совершает промах, его тут же вызывают к президенту «на ковер». Когда Доуд уверен, что кто-либо не выполняет свою работу, он может сказать об этом прямо в лицо.

Основные подразделения компании «Спейс» - производственный отдел и отдел НИОКР, являющийся гордостью Доуда. Большинство работающих на фирме — это высококвалифицированные физики. Президент убежден, что его компания будет процветать ровно столько, сколько под ее крышей имеется такой штат специалистов. И действительно, «Спейс» развивается, а для сотрудников, проявивших себя с лучшей стороны, всегда имеется возможность повышения. Вдобавок, условия работы ведущих специалистов великолепные: в их распоряжении лучшие лаборатории, их офисы удобно расположены и красиво обставлены.

В конце 80-х годов компания получила правительственный заказ на разработку специализированных компьютеров. В результате многие сотрудники компании, в том числе и президент, остановились на мысли о портативном компьютере. Доуд поставил перед исследовательской группой задачу разработки самих ноутбуков и их математического обеспечения. Он и его подчиненные составили очень смелый график разработки компьютера и его вывода на рынок.

В это же время Доуд принял ряд кадровых решений. В частности, он назначил вице-президентом по маркетингу новую сотрудницу Сару Кэннингэм, которую переманил из крупной сбытовой компании, расположенной в Калифорнии. Там она занимала пост ведущего менеджера в отделе по сбыту комплектующих изделий и со своей работой справлялась успешно. Саре было 35 лет, она жила одна.

Сара набрала в свой отдел новых сотрудников - маркетологов очень высокой квалификации, и разработка кампании по сбыту ноутбуков началась. Однако вскоре отдел маркетинга столкнулся с рядом проблем. Первым, что вызывало недоумение, были сами помещения отдела и его местоположение. Офисы отдела маркетинга находились в пяти километрах от основных офисов компании, и хотя были опрятными и обставленными по последнему слову техники, но все равно меньше, чем у других сотрудников такого же уровня. К тому же Саре не удавалось заставить Доуда прислушаться к проблемам маркетинга: все руководство компании было с головой погружено в техническую сторону вопроса разработки нового продукта. Саре приходилось получать одобрение своих программ у исполнительной группы, в которую входили лишь инженеры. Все сложнее становилось получать затребованную информацию. Вскоре сроки реализации проекта стали расходиться с запланированными. Лучший инженер, прикрепленный к проекту Сары, был переведен на новый госзаказ. По компании поползли слухи, что проектная группа столкнулась с некоторыми трудностями и что проект скоро закроют.

Джон Доуд собрал руководителей, ответственных за проект. Он был практически взбешен достигнутыми результатами и сказал: «Я не знаю, почему вы не можете заставить эту штуку работать. В вашем распоряжении лучшие умы нации. Я потратил уйму средств на проект. Если он провалится - это будет ваша вина. И каждого я заставлю персонально за это ответить».

Сара обеспокоилась. Ей казалось, что критика несправедлива. Она спросила Доуда: «Вам не кажется, что ваше решение немного грубовато? В конце концов у нас действительно есть некоторые технические затруднения, а наш лучший специалист переведен на другой проект». Доуд глянул на нее свирепо и сказал: «Сара, я не знаю, какого черта ты делала в магазине, где ты работала. Здесь мы работаем с железом, а не с тряпками. Мы работаем на результат. Это все, чего я хочу. Если ты не можешь добиться результатов, то можешь поискать себе другую работу». Потом он повернулся и вышел из комнаты.

Сара не знала, что ей делать, но Джон Раис, правая рука Джима Харрисона, основателя компании, наклонился к ней и сказал: «Не переживай. Старик в своем обычном репертуаре. Это всегда случается, когда что-то идет не по плану. Он скоро будет в порядке и ты тоже». Однако Сара не была в этом уверена.

ВОПРОСЫ К КОНКРЕТНОЙ СИТУАЦИИ:

1. Охарактеризуйте систему восприятия в компании «Спейс».
2. Опишите организационную культуру в компании «Спейс».
3. Каковы проявления восприятия и организационной культуры на фирме?

Задание 4.

РЕШЕНИЕ КЕЙС-ЗАДАЧИ (КЕЙСА) (УК-5)

Ознакомьтесь с ситуацией (кейсом) для анализа и ответьте на вопросы.

- Охарактеризуйте организационную культуру предприятия. Какие можно отметить общие черты организационной культуры товарищества «Эйнем» конца XIX в. и ОАО «Красный Октябрь» начала XXI в.? Оцените по 10-балльной шкале силу корпоративного духа работников фабрики. Какие действия руководства способствуют укреплению корпоративного духа?

КЕЙС: «КРАСНЫЙ ОКТЯБРЬ» - РОССИЙСКИЕ ТРАДИЦИИ КАЧЕСТВА

В 2001 г. одно из старейших российских кондитерских предприятий отметило свое 150-летие. Сегодня «Красный Октябрь» - это 20% производства всего российского шоколада, 10% - карамели, около 25% ириса и около 10% глазированных конфет. В самом центре Москвы на площади 6 гектаров

располагаются цеха, оснащенные современным оборудованием, где выпускается более 60 тысяч тонн разнообразной кондитерской продукции.

Сейчас на предприятии работает более трех тысяч человек, а начиналось все с небольшой мастерской по производству шоколада и конфет.

В 1851 г. Фердинанд Теодор фон Эйнем открыл в Москве на Арбате кондитерскую, при которой была небольшая мастерская по изготовлению шоколада. В 1856 г. открывается первая шоколадная фабрика. Партнером Эйнема стал талантливый предприниматель Юлиус Гейс. В 1886 г. производство называлось «Товарищество шоколада, конфет и чайных печений «Эйнем». Москвичам предлагался широкий ассортимент карамели, конфет, шоколада, пастилы, печенья, бисквитов, пряников и глазированных фруктов. Благодаря отличному качеству и умелой рекламе продукция пользовалась огромным спросом. Большое внимание уделялось выбору названий, разработке упаковки, дорогой отделке. Коробки с продукцией отделывались шелком, бархатом, кожей. Рекламу фирме несли театральные программы, наборы-сюрпризы с вложенными в коробку конфет открытками или нотами специально сочиненных мелодий - «Вальс-монпансье» или «Кекс-галоп».

Имя Эйнема в те годы звучало повсюду, фирма развивалась и процветала. Гейс приглашал на работу лучших кондитеров, обновлял оборудование, заботился о благополучии рабочих. Большинство кондитеров составляли выходцы из подмосковных деревень. Они жили в фабричном общежитии и питались в столовой.

Администрация фабрики предоставляла работникам некоторые льготы: для детей-подмастерьев была открыта школа; за 25 лет безупречной службы выдавался серебряный именной знак и назначалась пенсия; была создана больничная касса, оказывавшая нуждающимся материальную помощь.

В годы Первой мировой войны фирма «Эйнем» занималась благотворительной деятельностью: делала денежные пожертвования, организовала лазарет для раненых солдат, отправляла на фронт вагоны с печеньем.

Продукция, которая и сегодня является визитной карточкой предприятия, производится на «Красном Октябре» с начала XX в.: шоколад «Золотой ярлык», конфеты «Трюфель» и «Мишка косолапый», ирис «Кис-кис», конфеты «Сливочная помадка с цукатом», «Сливочная тянучка».

После революции в 1918 г. фабрика была национализирована и переименована в «Государственную кондитерскую фабрику № 1 (бывш. Эйнем)». В 1922 г. она получила название «Красный Октябрь», которое носит до сих пор.

За 150 лет существования фабрика не раз оказывалась в кризисных ситуациях. В 1918 г. к моменту национализации фабрика имела лучшее оснащение в своей отрасли и обладала значительными запасами сырья, поэтому здесь сконцентрировалось все кондитерское производство страны. Большинство работников остались на своих местах. Рецептuru, которой владели старые мастера, удалось восстановить.

В годы Великой Отечественной войны около 500 работников «Красного Октября» ушли на фронт, но фабрика продолжала функционировать. Помимо обычных кондитерских изделий стали производиться пищевые концентраты для фронта, а также шоколад «Гвардейский», разработанный специально для летчиков. Выполнялись также военные заказы - пламегасители, сигнальные шашки, детали бензобаков, самолетов и пр.

В результате экономического кризиса 17 августа 1998 г. в России ОАО «Красный Октябрь» было вынуждено поднять цены на свою продукцию, и хотя покупательский спрос стал падать, ни московская кондитерская фабрика, ни дочерние предприятия не прекращали работу ни на один день. Даже ассортимент выпускаемой продукции остался прежним. Валютное сырье старались заменять отечественным, частично переходили на выпуск новой продукции. К концу 1998 г. объем производства увеличился, спрос на продукцию стабилизировался. «Красный Октябрь» вышел из трудной ситуации, полностью сохранив свой штат.

На «Красном Октябре» работает более десяти трудовых династий, в которых опыт передается из поколения в поколение. Предприятие заботится также о подготовке молодых кадров. На фабрике стабильно выплачивается заработная плата, а для акционеров пенсионного возраста создан внебюджетный пенсионный фонд. Финансируется содержание столовой с двухсменным горячим питанием, лечебно-оздоровительного центра и профилактория для сотрудников, а для их детей имеются детский сад-ясли и подмосковный лагерь. Фабрика оказывает своим работникам финансовую помощь на приобретение жилья, выдает беспроцентные ссуды.

На сегодняшний день в группу предприятий ОАО «Красный Октябрь» входит несколько подразделений: московская кондитерская Фабрика «Красный Октябрь», производство № 1; фабрики с различной кондитерской специализацией в Рязани, Коломне, Егорьевске, Тамбове, Туле, Пензе, Йошкар-Оле, Биробиджане.

Акционерное общество выкупило 99,8% акций Санкт-Петербургской кондитерской фабрики им. Самойловой, принадлежавших американской фирме «Краф Фудс Интернэшнл».

Марка «Красный Октябрь» — это российские традиции качества. Предприятие применяет только натуральные продукты и не использует искусственные добавки. Все сырье и готовая продукция соответствуют нормам ГОСТ. Проводится постоянный контроль качества на всех стадиях производства.

Дегустационный Совет фабрики тестирует весь ассортимент продукции, постоянно внося замечания и предложения. Предприятие доверяет мнению и вкусу своих потребителей.

«Красный Октябрь» постоянно проводит дегустации своей продукции в фирменных магазинах, после которых участники заполняют анкеты. На фабрику приходит множество писем. Изучая и анализируя полученную информацию, фабрика имеет возможность учитывать пожелания потребителей.

«Красный Октябрь» придает большое значение внешнему оформлению изделий. На коробках можно увидеть изображения работ мастеров Федоскина, Жостова, Хохломы и Гжели, дымковской игрушки. Потребители принимают участие в разработке новых изделий на специальных конкурсах, где предлагают оригинальные названия, рецепты и варианты этикеток.

На фабрике работает программа благотворительной помощи. «Красный Октябрь» осуществляет пожертвования в Фонд воссоздания храма Христа Спасителя, принимает участие в возрождении Храма Св. Николы на Берсеневке, отчисляет средства в Российский фонд мира, сотрудничает в социальной и культурной сферах с большим десантным кораблем «Азов» Черноморского флота, оказывает поддержку организациям инвалидов, пенсионеров, спортивным и медицинским организациям, а также учебным заведениям. Стратегической целью ОАО «Красный Октябрь» является устойчивое удержание 10%-ной доли российского рынка кондитерских изделий.

Задание 5.

РЕШЕНИЕ КЕЙС-ЗАДАЧИ (КЕЙСА) (УК-5)

Охарактеризуйте какое-либо предприятие вашего города. Проведите исследование процесса формирования и управления организационной культурой предприятия (рассмотрите сферы проявления организационной культуры, проведите диагностику организационной культуры и разработайте рекомендации по ее совершенствованию).

Для диагностики воспользуйтесь методом, который предложили американские специалисты в области организационного развития и консалтинга - Харисон Р. и Стокс Х. Этот метод основан на анкетировании, где происходит подразделение организационной культуры на четыре основных типа: культура ориентированная на власть (А); культура, ориентированная на ролевую модель (Б); культура ориентированная на достижение цели (В); культура, основанная на поддержке и сотрудничестве (Г).

Проанализируйте существующую организационную культуру и желаемую организационную культуру. Сделайте выводы.

Задание 6.

РЕШЕНИЕ КЕЙС-ЗАДАЧИ (КЕЙСА) (УК-5)

Охарактеризуйте собственное организационное поведение и организационную культуру в вашем первичном коллективе (группе) по следующим показателям: позиция, самоопределение, критерии, способы деятельности, результат (на примере реальной ситуации).

Задание 7.

РЕШЕНИЕ КЕЙС-ЗАДАЧИ (КЕЙСА) (УК-5)

Кадровое агентство «Альфа» специализируется на подборе раз- личного персонала. На прошлой неделе в агентство обратился клиент – наркологический центр «Бета» – с заявкой подобрать 10 % от общего состава сотрудников центра. Заказ был крупный и сложный по-своему, так как на рынке труда ресурс специалистов, необходимых центру, очень ограничен. Система управления наркологическими медицинскими учреждениями такова, что высококвалифицированные специалисты пытаются найти место в коммерческих центрах. Это создает некоторую стагнацию на рынке в данном секторе. Получается, чтобы выполнить этот заказ, нужно обратиться к рынку медицинских работников, которые ищут работу в других секторах, и предложить им должности в наркологической клинике-заказчике. С первых телефонных интервью менеджер по подбору столкнулась с тем, что соискатели отказывались от предложения переqualificироваться, объясняя это тем, что они не хотят лечить тех, кто, возможно, на почве наркомании совершили преступления. Менеджер по подбору стала подбирать информацию, чтобы разобраться, почему так относятся к этой работе, и выяснила, что существует совершенно противоположная позиция. Есть специалисты, которые считают, что наркоманы и алкоголики нужны нашему обществу, так как они стимулируют рост рынка труда в области экспериментальной психологии, наркологии и других сферах медицинской деятельности. То есть если не будет людей упомянутых категорий в нашем обществе, то и пропадет потребность в работниках, которые их лечат и обслуживают. Перед менеджером по подбору встал

выбор – продолжать по-иск и всячески стараться приукрасить работу в наркологическом центре, чтобы выполнить заказ, или отказаться от него по моральным убеждениям, которых она тоже придерживалась.

ОТВЕТЬТЕ НА ВОПРОСЫ.

В кейсе описана ситуация, в которой профессиональные задачи вступают в противоречие с общественными нормами и ценностями. С помощью этого кейса можно оценить умение соискателя спокойно, без враждебности воспринимать чужой образ жизни, поведение, обычаи, чувства, мнения, идеи, верования. Соискателю необходимо принять решение за руководителя отдела персонала.

1.5 Практические задания для проверки сформированности ПК-4

Задание 1.

РАЗБОР КОНКРЕТНОЙ СИТУАЦИИ (ПК-4)

КОНКРЕТНАЯ СИТУАЦИЯ «АКВАРИУС» МЕНЯЕТ СТРАТЕГИЮ

Пионер российского компьютерного производства (правильнее говорить о компьютерной сборке) фирма «АквариусСистемсИнформа» в апреле 1995 г. объявила о том, что она практически выходит из этого бизнеса и концентрируется на продаже в России зарубежных компьютеров. В связи с тем, что намечался выход на российский рынок таких известных производителей компьютеров, как фирмы «Фудзицу» и «Джитал», «Аквариус» надеялась добиться успеха в сбытовом бизнесе. Компьютерное производство было решено законсервировать до тех пор, пока не сложатся предпосылки для возврата в «производственный» бизнес.

Сборкой персональных компьютеров фирма «Аквариус» занялась в 1990 г. Тогда это было революционное начинание. И не столько потому, что фирма «Аквариус», имевшая в то время СП, решила заняться производством, а не импортом компьютерной техники, как это делало подавляющее большинство советских компьютерных фирм, но в первую очередь потому, что предприятие открыло свой завод по сборке компьютеров в г. Шуе Ивановской области. В те августовские дни 1990 г. было очень много восторженных отзывов и лестных высказываний по поводу начинания фирмы. Прогнозы были исключительно оптимистичными.

Мощности завода в Шуре позволяли производить 10 тыс. компьютеров в месяц. В условиях социалистической экономики важно было вписаться в систему плановых поставок. Фирме «Аквариус» удалось заключить выгодный договор с СоюзЭВМкомплект, осуществлявшим поставки персональных компьютеров в рамках всего Советского Союза. В соответствии с договором СоюзЭВМкомплект должен был закупить у «Аквариуса» 35 тыс. персональных компьютеров. Далее эта цифра автоматически увеличивалась до 75 тыс. К весне 1991 г. завод вышел на производство 6 тыс. персональных компьютеров в месяц. Однако обвалившийся рубль и введение повышенных таможенных пошлин на комплектующие к компьютерам сделали совершенно невыгодным заключенный в рублях контракт с СоюзЭВМкомплект. Фирма «Аквариус» пошла на разрыв контракта и уплатила штраф. После этого ей пришлось искать покупателей на рынке. Это заставило ее сократить производство до 1 тыс. компьютеров в месяц. Далее ситуация еще более усложнилась. В результате производство упало до 200-300 компьютеров в месяц, а число работников уменьшилось втрое: с 150 до 50 человек. Для того чтобы завод работал безубыточно, необходимо было производить 1,5 тыс. компьютеров в месяц. Сбыт такого количества фирме был не под силу. Была сделана попытка начать производство кассовых аппаратов. Но эта попытка не дала желаемого результата. В условиях сокращения производства руководство фирмы пыталось сохранить кадры. Однако все-таки вынуждено было пойти на увольнение работников. В 1995 г. на заводе остались только квалифицированные сборщики, которые выполняют функции охранников и в случае появления заказов на компьютеры осуществляют их сборку.

Трудности 1992 г. «Аквариусу» удалось преодолеть благодаря тому, что фирма пошла на диверсификацию. Переориентировав свой капитал с компьютерного производства на финансовую сферу, а также сферу торговли и строительства, фирма добилась того, что ее годовой оборот в 1993 г. составил 100 млн долл. при этом на долю компьютерного направления пришлось только четверть оборота, что было сравнимо с долей оборота в строительстве (20%) и меньше доли оборота, приходящегося на инвестиционные проекты (32% всего оборота).

Диверсификация деятельности привела к изменению организационной структуры. Вместо совместного предприятия «Аквариус» возникла группа из десяти практически самостоятельных фирм, действующих в отдельных сферах бизнеса. Во главе группы стоит холдинговая компания, которая владеет контрольным пакетом акций.

ВОПРОСЫ К КОНКРЕТНОЙ СИТУАЦИИ:

1. Насколько управление в фирме «Аквариус» может рассматриваться как стратегическое? Каким образом фирма «Аквариус» добилась установления баланса с внешним окружением?
2. В какой мере «желания» фирмы были перечеркнуты изменениями во внешней среде? Какими сильными и слабыми сторонами обладает эта компания? Составьте перечень внешних угроз и возможностей для фирмы «Аквариус».

Задание 2.

РАЗБОР КОНКРЕТНОЙ СИТУАЦИИ (ПК-4)

КОНКРЕТНАЯ СИТУАЦИЯ

«ГЕНРИ ФОРД В СРАВНЕНИИ С АЛЬФРЕДОМ П. СЛОУНОМ МЛАДШИМ»

Генри Форд и Альфред Слоун младший были великими руководителями. Они противостояли друг другу в 20-х годах XX века, когда впервые возникла концепция управления как профессия и научная дисциплина.

Генри Форд представлял собой архетип авторитарного предпринимателя прошлого. Склонный к одиночеству, в высшей мере своевольный, всегда настаивающий на собственном пути, презирающий теории и «бессмысленное» чтение книг, Форд считал своих служащих «помощниками». Если «помощник» осмеливался перечить Форду или самостоятельно принимать решение, он обычно лишался работы. На фирме «Форд Мотор» только один человек принимал решения с любыми последствиями. Форд расценил предложение Альфреда Слоуна о реорганизации «Дженерал Моторс» следующим образом: «... картинка с развесистой клюквой посредине... Человек вынужден слоняться взад и вперед, и от ответственности каждый увильивает, следуя мудрости лентяев, что две головы лучше одной». Общие принципы Форда были суммированы в одной фразе: «Любой покупатель может получить автомобиль любого цвета, какого пожелает, пока автомобиль остается черным». Форд был негибко жестким, своевольным и интуитивным человеком. У него были основания полагаться на собственный опыт и здравый смысл.

Благодаря использованию конвейера при сборке автомобилей, стандартизации, Форд сделал свою модель «Т» настолько дешевой, что ее мог купить практически любой работающий человек.

Примерно за 12 лет Форд превратил крошечную компанию в гигантскую отрасль, изменившую американское общество. Более того, он сделал это, постигнув, как построить автомобиль, продаваемый всего за 290 долл., и платя своим рабочим одну из самых высоких ставок того времени - 5 долл. в неделю. Так много людей купили модель «Т», что в 1921 г. «Форд Мотор» контролировала 56% рынка легковых автомобилей и заодно почти весь мировой рынок.

Фирма «Дженерал моторс», которая в то время была конгломератом из нескольких небольших полунезависимых компаний, хаотично перемешанных за провололочной оградой, располагала всего 13% рынка и быстро дрейфовала к банкротству.

К счастью, семья Дюпонов ради спасения огромных капиталовложений в акции «Дженерал моторс» взяла на себя ведение дел, пока крах еще не разразился. Пьер Дюпон, сам крупный сторонник современного управления, назначил президентом фирмы Альфреда П. Слоуна. Слоун быстро превратил в реальность планы, над которыми насмехался Форд, тем самым введя в практику то, что остается до сих пор главным принципом управления крупными компаниями. Реорганизованная «Дженерал моторс» располагала крупной и сильной группой управления, а множество людей получили право самостоятельно принимать важные решения.

На каждого руководителя были возложены определенные обязанности и дана свобода делать все, что необходимо для их выполнения. Слоун разработал систему контроля, позволявшую ему и другим руководителям высшего уровня всегда быть в курсе того, что происходит в компании.

В то время, как «Форд Мотор» сохраняла верность черной модели «Т» и традиции, согласно которой босс командует, а остальные выполняют, фирма «Дженерал Моторс» ввела в практику частые смены моделей, предлагая потребителю широкий ассортимент стиливых и цветовых оформлений и доступный кредит. Доля «Форд Мотор» на рынке резко снизилась, а также рейтинг ее руководителей. В 1927 г. фирма была вынуждена остановить сборочный конвейер, чтобы переоснастить его под выпуск весьма запоздалой модели «А». Это позволило «Дженерал Моторс» захватить 43,5% автомобильного рынка, оставив «Форду» менее 10%.

Несмотря на жестокий урок, Форд так и не смог прозреть. Вместо того, чтобы учиться на опыте «Дженерал Моторс», он продолжал действовать по старинке. В следующие 20 лет фирма «Форд Мотор» едва удерживалась на третьем месте в автомобильной промышленности и почти каждый год теряла деньги. От банкротства ее спасало только обращение к резерву наличных в 1 млрд долл., который Форд скопил в удачные времена.

ВОПРОСЫ К КОНКРЕТНОЙ СИТУАЦИИ:

1. Кто был лучшим менеджером - Форд или Слоун и почему? Какие факторы повлияли на успех «Дженерал Моторс»? Можно ли считать деятельность Г. Форда успешной и почему?

2. Какие внешние и внутренние факторы повлияли на деятельность «Форд Моторс» как положительно, так и отрицательно? Заполните таблицу:

ВНЕШНИЕ ФАКТОРЫ	ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ
"+" положительные	"+" положительные
1.	1.
2.	2.
3. ... n	3. ... n
"-" отрицательные	"-" отрицательные
1.	1.
2.	2.
3. ... n	3. ... n

Задание 3.**РЕШЕНИЕ КЕЙС-ЗАДАЧИ (КЕЙСА) (ПК-4)**

Современный руководитель должен уметь разрабатывать стратегию развития предприятия на основе использования методов организации деятельности персонала. При организации деятельности персонала применяют определенные законы организации и закономерности управления. Категории «закон» и «закономерность» относятся к одной группе. Законы и закономерности устанавливают общие, существенные и необходимые связи между изучаемыми явлениями. Изучив литературные научные источники по данному направлению, заполните нижеприведенную таблицу.

Характеристики основных законов организации и закономерностей управленческой деятельности	
Законы и закономерности	Характеристика
I. Законы	
Общие законы организации, которые действуют во всех материальных системах (по материалам работ Парахиной В.Н. «Теория организации», Мильнера Б.З. «Основы теории организации»)	
Закон синергии	
Закон самосохранения	
Закон развития	
Закон композиции и пропорциональности	
Закон информированности и упорядоченности	
Закон единства анализа и синтеза	
Специфические законы, отражающие принципы организации управленческого труда (по материалам работы Смирнова Э.А. «Основы теории организации»)	
Закон своеобразия	
Закон социальной гармонии	
Закон социальной загрузки	
Закон эффективного восприятия и запоминания информации	
Закон эффективного осмысления	
Закон установки	
Закон устойчивости информации	
Закон доходчивости информации	
II. Закономерности	
Закономерности управления, составляющие центральное звено отечественной теории управления	
Единство системы управления производством	
Пропорциональность производства и управления	
Централизация и децентрализация управления	
Соотносительность и адекватность управляющей и управляемой систем	

Задание 4.**РЕШЕНИЕ КЕЙС-ЗАДАЧИ (КЕЙСА) (ПК-4)****«СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБЩЕНАУЧНЫХ И КОНКРЕТНО-ПРЕДМЕТНЫХ МЕТОДОВ ИССЛЕДОВАНИЯ И МЕТОДОВ ОРГАНИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА»**

Современный руководитель должен уметь разрабатывать стратегию развития предприятия на основе использования методов организации деятельности персонала. При организации деятельности персонала применяют определенные методы управления. Проведите сравнительную характеристику общенаучных и конкретно-предметных методов. Воспользуйтесь таблицей.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОЙ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИЧЕСКИХ НАПРАВЛЕНИЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ			
Общенаучные		Конкретно-предметные	
методы и подходы	характеристика	методы и подходы	характеристика
Экономико-математические методы		Методы управления функциональными подсистемами организации	
Методы социологических исследований		Методы выполнения общих функций управления	
Конкретно-исторический подход		Методы решения проблем	
Системный и комплексный подход		...	
Экспериментирование и моделирование			
...			
... п		... п	

Задание 5.**РЕШЕНИЕ КЕЙС-ЗАДАЧИ (КЕЙСА) (ПК-4)****«ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОНЯТИЯ «МЕТОД И МЕТОДОЛОГИЯ» В ТРУДАХ УЧЕНЫХ»**

Современный руководитель должен уметь разрабатывать стратегию развития предприятия на основе использования методов организации деятельности персонала. При организации деятельности персонала применяют определенные методики управления и методологию действий. Используя управленческую литературу, заполните нижеприведенную таблицу «Определение понятия «метод и методология» в трудах ученых».

Определение	Существенные признаки понятия	Автор определения и литературный источник
...		
...		
...		

Задание 6.

РЕШЕНИЕ КЕЙС-ЗАДАЧИ (КЕЙСА) (ПК-4)

«МОДЕЛЬ КЛАССИФИКАТОРА МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ И МЕТОДОВ ОРГАНИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА»

Современный руководитель должен уметь разрабатывать стратегию развития предприятия на основе использования методов организации деятельности персонала. При организации деятельности персонала применяют определенные модели. Ознакомьтесь с трудами отечественных и зарубежных ученых по проблеме «Методологические основы менеджмента». Подготовьте краткое сообщение по заданной тематике, приведите несколько моделей классификатора методов управления. Одна из таких моделей классификатора методов управления была составлена Алиевой З.А. «Методы управления организациями (теоретико-методический аспект)» (дис. ...канд. экон. наук. 1996).

Модель классификатора методов управления составлено по материалам Алиевой З.А. «Методы управления организациями (теоретико-методический аспект)»	
КРИТЕРИИ КЛАССИФИКАЦИИ	ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ МЕТОДЫ
1. Функции управления	
1.1. Планирование	1.1.1. Методы «исследования операций» - аналитические - статистические - ... т.д. 1.1.2. Методы прогнозирования - количественные - качественные - ... т.д. 1.1.3. Программно-целевой метод 1.1.4. ... т.д.
1.2. Организывание	1.2.1. Методы формирования организационных структур управления 1.2.2. Методы управление организационно- техническим развитием 1.2.3. ... т.д.
1.3. Координирование	1.3.1. Метод административных совещаний 1.3.2. Метод функциональных совещаний
1.4. Контроль	1.4.1. Многофакторный анализ экономической и управленческой деятельности 1.4.2. ... т.д.
1.5. Мотивация	1.5.1. Методы материального вознаграждения 1.5.2. Методы морального поощрения 1.5.3. ... т.д.
2. Функциональные подсистемы	
2.1. Производство	2.1.1. Метод рационализации работ 2.1.2. Метод разработки стратегических и оперативных производственных планов 2.1.3. ... т.д.
2.2. Маркетинг	2.2.1. Методы маркетинговых исследований 2.2.2. Сценарный метод 2.2.3. ... т.д.
2.3. Персонал	2.3.1. Методы оценки деловых качеств персонала 2.3.2. Методы профессионального отбора и обучения 2.3.3. ... т.д.
2.4. Инновации	2.4.1. Методы творческого решения проблем 2.4.2. Методы финансовой оценки научно-технических проектов 2.4.3. ... т.д.
2.5. Финансы	2.5.1. Методы оценки финансовых ресурсов и кредитоспособности организации 2.5.2. Методы улучшения финансового состояния организации 2.5.3. ... т.д.

3. Процесс принятия управленческого решения	
3.1. Диагностика проблемы	3.1.1. Моделирование 3.1.2. Методы статистической обработки данных 3.1.3. ... т.д.
3.2. Формулировка ограничений и критериев принятия решения	3.2.1. Эвристические методы 3.2.2. Методы экспертных оценок 3.2.3. ... т.д.
3.3. Выявление и оценка альтернатив	3.3.1. Методы прогнозирования 3.3.2. Логистические методы 3.3.3. ... т.д.
3.4. Выбор альтернативы	3.4.1. Метод «дерева решений» 3.4.2. Метод платежной матрицы 3.4.3. ... т.д.
3.5. Реализация решения	3.5.1. Методы организации выполнения решения (сетевые графики и др.) 3.5.2. Методы управленческого воздействия 3.5.3. ... т.д.
3.6. Установление обратной связи	3.6.1. Методы контроля за ходом реализации решения
4. Содержание управления	
4.1. Деятельность	4.1.1. Системное конструирование организационных моделей 4.1.2. Балльная оценка 4.1.3. ... т.д.
4.2. Люди	4.2.1. Методы оценки деловых качеств персонала 4.2.2. Методы социального регулирования 4.2.3. ... т.д.
4.3. Связи вне организации	4.3.1. Методы выхода на рынок 4.3.2. Методы маркетинговых исследований 4.3.3. ... т.д.
4.4. Совершенствование управления	4.4.1. Организационное развитие 4.4.2. Организационные изменения системы управления 4.4.3. Рационализация технологии организационных процессов 4.4.4. ... т.д.

Задание 7.

РЕШЕНИЕ КЕЙС-ЗАДАЧИ (КЕЙСА) (ПК-4)

Менеджер должен быть способен эффективно управлять сотрудниками, мотивировать их к продуктивной деятельности, и, тем самым, разрабатывать стратегию развития предприятия на основе использования современных методов организации деятельности персонала. По классификации А. Зайончковского, определите активизированные мотивационные группы в каждой из описанных моделей поведения. Каждому присущи индивидуальные особенности поведения, для него совершенно естественные. Одни не понимают, как можно постоянно опаздывать, другим не ясно, как некоторые всегда приходят вовремя. Одни никогда не меняют места отдыха, другие считают, что это скучно, и каждый раз едут в новое место. Такие особенности характера анализируются метапрограммами, использующимися в системе нейролингвистического программирования. Всего существует около 20 метапрограмм. Рассмотрим некоторые из них.

Люди возможности предпочитают творческую работу. Они ищут и находят новые пути. Для них важно, чтобы работа приносила им моральное удовлетворение. При выборе работы это может быть важнее материальной стороны. В качестве примера можно вспомнить инженера Гарина с его бесконечными идеями и проектами. Спросите: "Что вам нравится в вашей работе?" Если в ответе вам назовут возможность выбора, поиски новых путей, перспективы, то перед вами человек возможностей.

Люди процедуры отлично справляются с работой, при выполнении которой необходимы точность и аккуратность. Делают все по порядку, новых путей не ищут. Хорошие секретари, бухгалтеры. Такие люди обычно предполагают, что всегда есть единственное правильное решение. В разговоре любят точность и определенность. Если у них спросить дорогу, то в ответ они подробно расскажут о том, в какой по счету переулок свернуть, какая вывеска рядом и т. Если вы услышали такое объяснение, то лучше прийти вовремя, так как это народ пунктуальный.

Люди, ориентированные на то же самое. Основное свойство этой категории людей – постоянство. Им нравится стабильность в работе и отдыхе. Они отлично выполняют свои повседневные служебные обязанности. Но если такому служащему поручить новый проект, то без посторонней помощи он не справится. Эти люди созданы для однообразной, постоянной работы и проработают у вас долго, если компания стабильная (стабильно хорошая или стабильно плохая - для них все равно).

На вопрос о том, чего они ждут от новой работы, вам ответят: "Хочу, как раньше, работать на компьютере, чтобы, как обычно, уходить домой в 18.30 и иметь возможность, как всегда в июне, ездить отдыхать в Крым..." Вы, очевидно, заметили, что в их лексиконе преобладают "как обычно", "как всегда" и другие подобные формы.

Люди, ориентированные на то же самое с небольшими отличиями, встречаются наиболее часто. Они принимают незначительные изменения и даже способствуют им, постепенно продвигаясь вперед. В них разумно сочетаются приверженность уже хорошо знакомому, установившемуся и интерес к новому.

Люди, ориентированные на изменения, могут "раскрутить" фирму, и, когда, казалось бы, успех достигнут, им становится скучно – они уходят. Резюме таких клиентов пестрит названиями разных фирм и учреждений. Это часто пугает менеджеров по персоналу. Но если вам нужен человек для разработки новых направлений, то лучшего не найти. Если спросить, какой он видит новую работу, то можно услышать, что в отличие от предыдущей – более насыщенной. Наиболее характерные для них речевые обороты: "Это совершенно новая идея", "Новая работа", "Совершенно отличное от..."

Люди внешне референтные. Как вы узнаете, что что-то сделали хорошо? Если вам об этом должен кто-то сказать, то наиболее вероятно, что вы человек внешне референтный. Такие люди принимают решения с подачи друзей, коллег. Их легко переубедить. Хорошие подчиненные. Попробуйте выяснить, в чем причина того или иного его решения. И окажется, что скорее всего решение было принято по чьей-то "наводке". "Мы решили", "мне посоветовали" – очень характерные для них обороты.

Люди внутренне референтные. Большинство руководителей относятся именно к этой группе. Их трудно переубедить, они не "пробиваются" комплиментами, так как считают свое мнение единственно возможным. Думаю, что и вы в ответ на фразу: "Ты хорошо выглядишь" – слышали: "Я это знаю". Таким людям на работе требуются самостоятельность и свобода принятия решения. Они хорошо ведут переговоры. Если осведомиться, что привело их к вам, то прозвучит: "Я считаю это оптимальным вариантом". Их терминология – "я считаю", "я решил", "я уверен".

Итак, можно подвести некоторые итоги. Предположим, вам нужен начальник отдела. Вы имеете несколько кандидатов и хотите определить, чьи личные качества подходят в наибольшей степени. Попробуем представить метапрограммный портрет начальника отдела. Это должен быть человек, ориентированный на то же самое с небольшими отличиями. Лучше взять человека возможностей, а не процедуры и внутренне референтного, предоставив ему свободу принятия решения.

Если вам понравилась такая модель принятия решения, потренируйтесь, определите метапрограммы своих друзей, знакомых, свой. Со временем это будет получаться автоматически.

Определить метапрограммы кандидата можно, внимательно слушая его речь и обращая внимание не только на содержание сказанного, но и на форму. Метапрограммы можно использовать для моделирования организационного поведения.

2. ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ НА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО МОДУЛЮ

Оценка по промежуточной аттестации по модулю (на экзамене по модулю в формате ассесмента) выставляется обучающемуся по 5-балльной шкале.

Механизм определения оценки обучающегося по промежуточной аттестации по модулю (на экзамене по модулю в формате ассесмента):

1. Каждая компетенция оценивается отдельно по шкале и критериям, указанным в таблице 1.

Таблица 1 - Шкала и критерии оценивания компетенций обучающихся на промежуточной аттестации по модулю (на экзамене по модулю в формате ассесмента)

Шкала и критерии оценивания компетенций			
Недостаточный уровень (2 балла)	Пороговый уровень (3 балла)	Продвинутый уровень (4 балла)	Высокий уровень (5 баллов)
При выполнении практического задания НЕ проявил способность, указанную в определении компетенции	При выполнении практического задания ЧАСТИЧНО проявил способность, названную в определении компетенции. Имели место ошибки и недочеты	При выполнении практического задания ПОЛНО проявил способность, названную в определении компетенции. Очевидных ошибок нет, имели место недочеты	При выполнении практического задания ПОЛНО и ТВОРЧЕСКИ проявил способность, названную в определении компетенции. Ошибки и недочеты отсутствуют

2. Баллы, полученные обучающимся по каждой компетенции, суммируются.

3. Сумма баллов делится на количество заданий в экзаменационном билете.

4. Если в результате деления частное является дробной величиной, оно округляется до целого числа.

5. Полученный балл считается окончательной оценкой обучающегося по промежуточной аттестации по модулю.