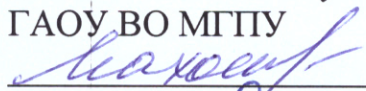


Департамент образования города Москвы
Государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования города Москвы
«Московский городской педагогический университет»

Институт непрерывного образования

СОГЛАСОВАНО

Председатель Экспертного совета
по дополнительному образованию
ГАОУ ВО МГПУ


Д.А. Махотин
Протокол № 9 от 26.10.2018

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
ГАОУ ВО МГПУ


Д.Л. Агранат
2018 г.

Институт непрерывного образования

Дополнительная профессиональная программа
повышения квалификации

«Формирование коммуникативной культуры и навыков трансляции
корпоративного образа»

Авторы:
группа авторов ГАОУ ВО МГПУ

Москва, 2018



Раздел 1. Характеристика программы

1.1. Цель реализации программы

Совершенствование профессиональных компетенций слушателей в области формирования коммуникативной культуры и навыков трансляции корпоративного образа.

Совершенствуемые компетенции

№	Компетенция	Направление подготовки Психолого-педагогическое образование Код компетенции
		Магистратура 44.04.02
1.	Умение организовывать междисциплинарное и межведомственное взаимодействие специалистов для решения задач в области психолого-педагогической деятельности с целью формирования системы позитивных межличностных отношений, психологического климата и организационной культуры в организации, осуществляющей образовательную деятельность	ОПК-4
2.	Способность разработать концепцию и программу развития образовательной организации на основе маркетингового исследования в области рынка образовательных услуг	ПК-53

1.2. Планируемые результаты обучения

№	Знать - уметь	Направление подготовки Психолого-педагогическое образование Код компетенции
		Магистратура 44.04.02
1.	Знать: с учетом сформированной коммуникативной культуры особенности организации междисциплинарного и межведомственного взаимодействия специалистов для решения задач в области психолого-педагогической деятельности с целью формирования системы позитивных межличностных отношений Уметь: применять навыки сформированной коммуникативной культуры в организации междисциплинарного и межведомственного взаимодействия специалистов для решения задач в области психолого-педагогической деятельности с целью	ОПК-4

	формирования системы позитивных межличностных отношений	
2.	<p>Знать: особенности разработки концепции и программы развития образовательной организации на основе маркетингового исследования в области рынка образовательных услуг с целью трансляции корпоративного образа.</p> <p>Уметь: использовать знания в области разработки концепции и программы развития образовательной организации на основе маркетингового исследования в области рынка образовательных услуг в практике работы с целью трансляции корпоративного образа.</p>	ПК-53

1.3. Категория обучающихся:

Уровень образования: высшее образование

Направление подготовки: психолого-педагогическое образование.

Область профессиональной деятельности: общее и профессиональное образование (работники общеобразовательных и профессиональных образовательных организаций)

1.4. Форма обучения: очная (с использованием ДОТ)

1.5. Режим занятий: 6 часов в день, 1 раз в неделю, 6 недель

1.6 Трудоемкость программы: 36 часов

Раздел 2. Содержание программы

2.1. Учебный (тематический) план

№ п/п	Наименование разделов (модулей) и тем	Аудиторные учебные занятия, учебные работы			Внеаудиторная работа	Формы контроля	Трудоемкость
		Всего ауд., час.	Лекции	Практ. занятия	Сам. работа		
1	Модуль 1. Формирование навыков трансляции корпоративного образа						
1.1.	Корпоративная культура образовательной организации	4	1	3		Входное тестирование	4
1.2.	Ребрендинг образовательной организации	4	1	3			4
1.3.	Трансляция корпоративного образа: имидж и бренд	2		2			2
1.4.	Трансляция корпоративного образа: социальные сети	2		2			2
1.5.	Проектная деятельность в формировании навыков трансляции корпоративного образа	5	1	4			5
2	Модуль 2. Формирование коммуникативной культуры						
2.1.	Коммуникативная культура и принципы эффективного речевого взаимодействия	4	1	3			4
2.2.	Общение как основной вид социального взаимодействия.	4	1	3			4
2.3.	Организация и проведение основных видов делового общения	4		4			4
2.4.	Техники публичного выступления	5	1	4		Выходное тестирование	5
3	Итоговая аттестация	2		2		Зачет (защита проекта)	2
4	ИТОГО	36	6	30			36

2.2. Содержание программы

№ п/п	Виды учебных занятий, учебных работ	Содержание
Модуль 1. Формирование навыков трансляции корпоративного образа		
1.1. Корпоративная культура образовательной организации, взаимосвязь с концепцией и программой развития образовательной организации	Лекция, 1 час	Корпоративная культура- понятие, основные характеристики. Концепция и программа развития образовательной организации в контексте корпоративной культуры.
	Дискуссия, 3 часа	Зачем нужна корпоративная культура образовательной организации? Взаимосвязь концепции развития и корпоративной культуры.
1.2. Ребрендинг образовательной организации	Лекция-визуализация,, 1 час	Ребрендинг образовательной организации- характеристика, правила, законы.
	Практикум, 3 часа	Ребрендинг образовательной организации- характеристика, правила, законы. Стратегии и риски Амбассадоры и последователи
1.3. Трансляция корпоративного образа: имидж и бренд	Практикум, 2 часа	Трансляция корпоративного образа: имидж и бренд. Понятие имиджа образовательной организации. Бренд-его роль и функции.
1.4. Трансляция корпоративного образа: социальные сети	Практикум, 2 часа	Трансляция корпоративного образа: социальные сети. Роль сетевого взаимодействия образовательной организации.
1.5. Проектная деятельность и маркетинговое исследование в формировании навыков трансляции корпоративного образа	Лекция-визуализация,, 1 час	Цели, задачи, особенности, функции, принципы трансляции корпоративного образа в проектной деятельности. Маркетинговая деятельность- основная характеристика
	Практикум, 4 часа	Проектная деятельность в формировании навыков трансляции корпоративного образа. Маркетинговое исследование-техники организации.
Модуль 2. Формирование коммуникативной культуры		
2.1. Коммуникативная культура и принципы эффективного речевого взаимодействия	Лекция-визуализация,, 1 час	Правила коммуникативного этикета. Правила согласования взаимодействия. Правила самоподачи. Авторитет источника информации
	Практикум, 3 часа	
2.2. Общение как основной вид социального взаимодействия.	Лекция, 1 час	Многоплановый характер общения как обмен информацией. Общение и язык. Вербальная коммуникация. Речь, механизм речи.
	Практикум, 3 часа	Единство общения и деятельности. Общение как обмен информацией. Коммуникативная сторона общения. Типы информации и средства коммуникации.
2.3. Организация и	Практикум, 4	Деловая беседа (переговоры, прием посетителей).

проведение основных видов делового общения	часа	Деловые споры. Деловое общение по телефону. Проведение деловых собраний и совещаний.
2.4. Техники публичного выступления	Лекция, 1 час	Принципы информирования. Методы информирования. Оценка аудитории. Учет обстановки выступления. Как сделать свою речь убедительной. Преодоление оратором нервозности. Избавление от страха. Виды страха. Приемы эффективного снятия стресса. Изменение эмоционального состояния.
	Практикум, 4 часа	
Итоговая аттестация	2 часа	Зачет (защита проекта)

Раздел 3. Формы аттестации и оценочные материалы

Характеристика оценочных средств

Вид контроля. Форма проведения	Форма контроля	Регламент
Текущая аттестация. Очно	Входное тестирование	Для оценки уровня сформированности коммуникативной культуры слушателям предлагается тест оценки коммуникативных умений. http://www.gurutestov.ru/test/112 Для оценки представлений о навыках трансляции корпоративного образа слушателям предлагается тест Корпоративное право и управление https://banktestov.ru/test/?id=49785
	Выходное тестирование	Тест из 8 заданий в электронной форме. Тест считается выполненным, если слушатели выполнили все задания.
	Оценка работы в команде	Выполнение практических заданий в командной работе.
Итоговая аттестация. Очно	Зачет (защита проекта)	Требования к проекту и процедуре его защиты: <i>А) Требования к структуре и содержанию проектной работы:</i> Работа должна отражать уровень теоретического осмысления одной из предложенных в рамках учебной программы тем, а также некоторые практические умения, которыми слушатели овладели в процессе обучения по дисциплине. В связи с этим итоговая работа структурно делится на две части (главы) – теоретическую и практическую. В первой, теоретической части содержатся: -обоснование актуальности темы итоговой работы, -ее задачи, -анализ доступных слушателю источников по теме итоговой работы. Во второй – практической части проводится обобщение опыта собственной педагогической деятельности автора в рамках заявленной темы.

		<p>Если работа выполняется в виде текстового документа (реферата), то необходимо учитывать следующие требования: 14 кегль, междустрочный интервал – 1,5. Обязательная нумерация страниц. Объем – 18 -22 страницы.</p> <p>Если работа выполняется в виде проекта, то в теоретической части необходимо привести описание проекта в виде текстового документа, который бы содержал вышеописанные разделы. Оформление документа также должно быть с учетом следующих параметров: 14 кегль, междустрочный интервал – 1,5. Обязательная нумерация страниц. Объем данного описания может быть в пределах от 7 до 10 страниц при условии, что практическая часть также представлена и оформлена надлежащим образом и в электронном виде.</p> <p><i>Б) Критерии оценки итоговой работы и процедура ее защиты</i></p> <p>Перед защитой итоговой работы слушатель получает на него рецензию одного из преподавателей кафедры. Работа допускается к защите только при наличии положительной рецензии.</p> <p>Защита итоговой работы проводится по следующим позициям (критериям):</p> <ul style="list-style-type: none"> -адекватность формулировки темы, актуальности и задач итоговой работы, -четкое выделение научных подходов, идей, которые лежат в основе разработки заявленной темы, -представленность в работе опыта собственной педагогической деятельности в русле заявленной темы (при возможности – продукта собственных педагогических новаций); -наличие в работе количественно-качественной оценки опыта практической работы по избранной теме, - качество оформления проекта. Проект должен иметь название, в аннотации должна быть прописана актуальность, цели и задачи данного проекта. Указывается возрастная категория, на которую он рассчитан.
--	--	---

Тематика итоговых (проектных) работ

1. Общение, коммуникативная, взаимопонимания и взаимодействия в общении работников сферы образование (проект с учетом особенностей общения в конкретной образовательной организации).
2. Общение как особый вид социального взаимодействия в образовательной организации (на примере образовательной организации обучающегося).

3. Коммуникативная культура в деятельности руководителя образовательной организации.
4. Виды общения, как особого вида социального взаимодействия в образовательной организации (на примере организации обучающегося).
5. Невербальное общение в образовательной организации (проект с учетом особенностей общения в конкретной образовательной организации).
6. Деловое общение как вид речевого взаимодействия в образовательной организации.
7. Дистанционное общение в образовательной организации (проект с учетом особенностей общения в конкретной образовательной организации).
8. Языковая грамотность как основа коммуникативной культуры.
9. Язык и стиль делового письма. в деятельности руководителя образовательной организации.
10. Организация и проведение основных видов делового общения.
11. Техника публичного выступления (проект, направленный на формирование навыков публичного выступления в образовательной организации обучающегося).
12. Этикетные нормы в речевой коммуникации.
13. Имидж и бренд: что это такое? (проектно-исследовательская работа, направленная на определение роли имиджа и бренда для организации)
14. Что такое корпоративная культура и зачем она образовательной организации?
15. Как быстро и недорого провести ребрендинг образовательной организации
16. Стратегии и риски ребрендинга образовательной организации
17. Амбассадоры и последователи
18. Социальные сети: где пределы публичности и открытости?
19. Проектная деятельность образовательной организации
20. Разработать концепцию образовательной организации на основе маркетингового исследования в области рынка образовательных услуг

21. Разработать программу развития образовательной организации на основе маркетингового исследования в области рынка образовательных услуг

22. Провести маркетинговое исследование в области рынка образовательных услуг с целью совершенствования деятельности образовательной организации (направление по выбору обучающегося).

Контрольно-измерительные материалы

№	Предмет оценивания	Формы и методы оценивания	Критерии оценивания	Оценка
Вид аттестации: итоговая				
1	<p>ОПК-4 Умение организовывать междисциплинарное и межведомственное взаимодействие специалистов для решения задач в области психолого-педагогической деятельности с целью формирования системы позитивных межличностных отношений, психологического климата и организационной культуры в организации, осуществляющей образовательную деятельность</p> <p>ПК-53 Способность разработать концепцию и программу развития образовательной организации на основе маркетингового исследования в области рынка образовательных услуг</p>	Разработка и защита проекта	Адекватность формулировки темы, актуальности и задач итоговой работы; четкое выделение научных подходов, идей, которые лежат в основе разработки заявленной темы; представленность в работе опыта собственной педагогической деятельности в русле заявленной темы (при возможности – продукта собственных педагогических новаций); наличие в работе количественно-качественной оценки опыта практической работы по избранной теме; качество оформления.	Зачет/незачет

Раздел 4. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

4.1. Учебно-методическое обеспечение и информационное обеспечение программы (литература)

Основная:

1. Глухарева, О. Г. Влияние проектного обучения на формирование ключевых компетенций у учащихся старшей школы // Стандарты и мониторинг в образовании. – 2014. - № 1. – С. 17-24

2. Гуськова Н.Д., Малясова М.М. Система формирования организационной культуры промышленного предприятия на основе этики управления // Лидерство и менеджмент – 2014. – Том 1. – № 1. – с. 27-36.

3. Организационная культура: учебник и практикум для академического бакалавриата/ под ред. В.Г. Смирновой. – М: - Издательство Юрайт, 2018. – 306сю – Серия: Бакалавр. Академический курс.

4. Тульчинский Г.Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом: учеб.пособие для бакалавриата и магистратуры / Г.Л. Тульчинский, В.И. Терентьева. – 2-е изд., испр. И доп. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 255с. – (Серия: Авторский учебник).

5. Штроо В. А Методы активного социально-психологического обучения. Учебник и практикум / В.А. Штроо. - М.: Юрайт, 2015. - 278 с.

Дополнительная:

1. Лукиных, Полина. Четыре типа собеседника в переговорах. Как добиться своего / П. Лукиных // Справочник руководителя Учреждения культуры. - 2018. - № 8. - С. 108-112.

2. Рыбакова, Валерия Владимировна. Роль семьи в коммуникативном развитии ребенка / В.В. Рыбакова // Логопед. - 2015. - № 8. - С. 56-61.

3. Патуева В.В. Теоретические аспекты ребрендинга // Бизнес. образование. право – 2017. - № 9. – С. 86-90

Интернет-ресурсы:

1. Основы теории коммуникации [Электронный ресурс] : учеб. пособие / отв. ред. О.Я. Гойхман. - М.: ИНФРА-М, 2012. - Добавлено: 19.10.2015. - Проверено: 31.08.2018. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=253871>

2. Соснова, Маргарита Львовна. Тренинг коммуникативного мастерства [Электронный ресурс]: учеб.-практ. пособие / М.Л. Соснова. - М.: Акад. проект, 2017. - (Gaudeamus). - Добавлено: 19.07.2018. - Проверено: 31.08.2018. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/36610>

3. Годин, А. М. Брендинг [Электронный ресурс]: учебное пособие. – 4-е изд. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 184 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453899>. – На рус. яз. – ISBN 978-5-394-02629-4.

4.2. Материально-технические условия реализации программы

Для эффективной реализации программы необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

- мультимедийное оборудование (компьютер, интерактивная доска, мульти-медиа проектор и пр.);
- система дистанционного обучения MOODLE;
- компьютерные презентации, учебно-методические и оценочные материалы.

4.3. Образовательные технологии, используемые в процессе реализации программы

Программа реализуется с использованием дистанционных образовательных технологий. Для каждой темы разработаны учебно-методические и оценочные материалы, размещенные в системе дистанционного обучения МГПУ, которые позволяют слушателям самостоятельно осваивать содержание программы. Соотношение аудиторной и самостоятельной работы слушателей определяется перед реализацией программы для каждой группы обучающихся отдельно.

В процессе реализации программы используются лекции с элементами дискуссии, работа в малых группах, методы и приемы командно-ориентированного обучения.