

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Управленческий дискурс: принятие решений в системе бизнес-образования

Сажина Ольга Юрьевна

Аспирант

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Философский факультет, Химки, Россия
E-mail: p.p.panika@gmail.com*

Концепция управления или менеджмента, это концепция, вовлеченная в деятельность человека. Если быть точнее, менеджмент – это разновидность умственного труда, принятие человеком решений в пользу своих интересов, благополучия и материального состояния. Это также, процесс реализации знаний человека.

Управленческий дискурс, упрощенно, можно назвать дискурсом менеджмента.

Понятие управленческого дискурса также предполагает постоянное принятие эффективных и своевременных решений[1], в том числе, в направлении бизнес-образования. Более того, управленческий дискурс без принятия решений невозможен.

Центральным звеном управленческой деятельности является принятие решения. Функции организации, руководства, контроля составляют исполнительный блок управленческой деятельности[5].

В концепции принятия решений[1] любой предприниматель есть субъект дискурса.

Любой субъект деятельности принимает решение с целью удовлетворить свои интересы. Одним из важнейших интересов бизнес-среды является бизнес-образование.

Большинство руководителей, топ-менеджеров, принимающих решения в тех или иных сферах крупного и, нацеленного на перспективу, бизнеса, большое внимание уделяют своему профессиональному сообществу и бизнес-среде, в целом. Из этого следует и большой интерес к бизнес-образованию, и к тому, как правильно его выстраивать для достижения своих целей.

Бизнес-образование выгодно любой компании, ведущей или начинающей бизнес. Во-первых это способствует выработке конкурентных преимуществ, во-вторых, это притягивает существенные инвестиции в бизнес. Это также выгодно для внутренней корпоративности, сплоченности компании. И в дискурс менеджменте крупные компании щедро финансируют эту сферу и интенсивно ее развивают внутри своей компании.

Профессиональное развитие невозможно без постоянной поддержки и контроля со стороны топ-менеджмента. А любая корпоративная культура(корпоративная культура - совокупность ценностей, этических и профессиональных норм, предписывающих определенный стиль поведения во взаимоотношениях работников между собой, а также их отношениях с внешней общественностью: клиентами, потребителями, деловыми партнерами)[3], как внутри себя, так и во вне, требует постоянного информационного обновления, постоянного движения и двусторонней коммуникации, коммуникации между разными звеньями одной компании.

Особо стоит отметить, что управленческий дискурс с течением времени и развития постепенно включает в себя новые и новые аспекты. Из чего он состоит сейчас? Это менеджмент, корпоративная культура, логистика, маркетинг, публик рилейшнз и другие аспекты. И так как управленческий дискурс постоянно дополняется, людям,

принимающим решения в системе бизнес образования нужен постоянно обновляемый информационный фон.

Процесс принятия решений в системе бизнес-образования напрямую находится в содействии с эффективной коммуникацией. В дополнении к этому, как говорит Питер Сенге – “Самая большая ложь бизнес-образования - это утверждение, что цель бизнеса - зарабатывать деньги”[2].

Человеческий ресурс – вот главная основа всего. Не промышленный ресурс – газ, нефть, вода, природные богатства, а именно человеческий. В него надо инвестировать и вкладываться. Потому что именно он дает отдачу, и он двигает процесс любого развития вперед.

Есть и некоторые трудности – бизнес-образование, обучение, и особенно самообучение, о котором пишет Питер Сенге, не есть процесс одного действия, потому что требует не технических перемен, а изменение образа мышления, что занимает гораздо больше времени. Системное мышление требует принципиально другого подхода – рассмотрения вещей в их циклической взаимосвязи, а не в линейной зависимости типа «А произошло потому, что ранее случилось Б»[4]. Но все эти переменны направлены именно на то, чтобы каждый человек занял какой-то участок в работе большого сообщества одной компании или сферы и все это выливалось в какой-то большой и значимый продукт. Чтобы человек, работая и обучаясь, мог бы наравне со всеми вносить и принимать те или иные решения.

Литература

1. Сорина Г. В. Принятие решений как интеллектуальная деятельность. Канон-Плюс; Москва, 2009.
2. Сенге П. Пятая дисциплина: Искусство и практика обусающейся организации. Олимп-бизнес; Москва, 2009.
3. Связи с общественностью как социальная инженерия: www.pr-engineering.narod.ru/glos.htm
4. Планета HR: <http://planetahr.ru/publication/617>
5. Psi-Project: <http://www.psi.lib.ru/soveti/sbor/phar.htm>

Слова благодарности

Спасибо моему научному руководителю за ценные советы и за мудрость. Спасибо моим родителям за поддержку.